



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



TESIS

**“EFECTOS DE LA PANDEMIA COVID-19 EN EL PRODUCTO
GASTRONÓMICO DEL DISTRITO DE LUCRE, CUSCO-2021”**

Presentado por:

Bach. Katerine Edliana Loaiza Humpire

Para optar el título Profesional de Licenciada
en Turismo

Asesor: Mg. Marco Fernando Carpio Sánchez

CUSCO – PERÚ

2022



PRESENTACIÓN

SEÑORA DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES DE LA UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO:

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:

En cumplimiento del reglamento de grados y títulos de la Escuela Profesional de Turismo, Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad Andina del Cusco, para optar el título profesional de Licenciado en Turismo; damos a conocer la tesis intitulada:

“EFECTOS DE LA PANDEMIA COVID-19 EN EL PRODUCTO GASTRONÓMICO DEL DISTRITO DE LUCRE, CUSCO-2021”.

El presente trabajo de investigación ha sido motivado y elaborado a fin de poner en conocimiento Los efectos que la pandemia COVID-19 ha ocasionado en el producto gastronómico del distrito de Lucre; como también en cada uno de sus componentes como son atractivos gastronómicos, seguridad gastronómica, calidad de servicio, infraestructura gastronómica y demanda turística poder promover y reactivar la actividad turística en dicho distrito.

Bach: Katerine Edliana Loaiza Humpire



AGRADECIMIENTO

Agradecer a la Universidad Andina del Cusco por los conocimientos adquiridos para tomar decisiones correctas.

Agradecer a los docentes que durante mi etapa universitaria me enseñaron con gran esmero los conocimientos que hoy en día práctico en mi vida profesional.

A mi asesor: Mg. Marco Fernando Carpio Sánchez, por sus consejos, su disponibilidad siempre y su profesionalismo dedicado al desarrollo del presente trabajo de investigación.

Por ultimo agradezco a todos los amigos, los cuales me alentaron a seguir este largo camino profesional.



DEDICATORIA

Dedicado a mis padres Modesta y Juan Pablo quienes con su inmenso amor, paciencia y esfuerzo han permitido llegar a cumplir cada uno de mis sueños, gracias por inculcarme la valentía, de no tener miedo a las adversidades de la vida. En especial a mi padre que desde donde este sigue guiando cada pasó que doy.

A mis hermanos Juan Carlos y Michael, por su cariño y apoyo incondicional durante todo mi proceso de aprendizaje, por estar conmigo en los momentos buenos y malo.

A cada uno de mis familiares, quienes siempre apoyan cada pasó que doy en mi vida profesional, por esas palabras de aliento que me hicieron ser una mejor persona.



JURADOS

RESOLUCION N° 073-2022-FCSyHH-UAC del 21 de marzo

Primer dictaminante : Mgt. FRINE VALDERRAMA VIZACARRA.

Segundo dictaminante : Mgt. ANAHY NAJAR OBANDO.

Primer replicante : Mgt. KAREN CORNEJO CONZA.

Segundo replicante : Mgt. YOHNY LUZ MARTINEZ TRUJILLO.

Asesor : Mgt. MARCO FERNANDO CARPIO SANCHEZ.



ÍNDICE

PRESENTACIÓN	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
JURADOS	v
ÍNDICE.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
CAPITULO I.....	1
INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Formulación del problema	5
1.2.1 Problema General.....	5
1.2.2 Problemas Específicos	5
1.3 Justificación del problema.....	5
1.3.1 Conveniencia.....	5
1.3.2 Relevancia Social	6
1.3.3 Implicancias Prácticas	6
1.3.4 Valor Teórico	6
1.3.5 Utilidad Metodológica	7
1.4 Objetivos de la investigación	7
1.4.1 Objetivo General	7
1.4.2 Objetivos Específicos.....	7
1.5 Delimitaciones de la investigación.....	8
1.5.1 Delimitación Espacial	8
1.5.2 Delimitación Temporal	8
CAPITULO II.....	9
MARCO TEÓRICO	9
2.1 Antecedentes de la investigación.....	9
2.1.1 Antecedentes internacionales	9
2.1.2 Antecedentes Nacionales	10
2.1.3 Antecedentes Locales.....	12



2.2 Bases teóricas	14
2.2.1 Enfoque de producto gastronómico	14
2.2.2 Componentes básicos producto gastronómico	16
2.2.3 Características de los turistas gastronómicos	28
2.2.4 Teoría de la gastronomía	28
2.3 Hipótesis	29
2.4 Variables e indicadores.....	29
2.4.1 Identificación de las variables	29
2.4.2 Operacionalización de las variables	30
2.5 Definición de términos básicos	32
CAPITULO III	36
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	36
3.1 Alcance de estudio.....	36
3.2 Diseño de la investigación.....	36
3.3 Población y muestra	36
3.3.1 Población.....	36
3.3.2 Muestra.....	36
3.4 Técnicas de recolección de datos	37
3.5 Plan de análisis de datos	38
CAPITULO IV	39
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	39
4.1 Presentación y fiabilidad del instrumento aplicado.....	39
4.1.1 Presentación del instrumento	39
4.1.2 Fiabilidad del instrumento aplicado	40
4.2 Resultados de las dimensiones de la variable Producto Gastronómico	41
4.2.1 Atractivo gastronómico	41
4.2.2 Seguridad gastronómica	43
4.2.3 Calidad de servicio	45
4.2.4 Infraestructura gastronómica.....	47
4.2.5 Demanda turística.....	48
4.3 Resultado de la variable Producto Gastronómico	51
CAPITULO V	52
DISCUSIÓN Y PROPUESTAS	52



5.1	DISCUSIÓN.....	52
a.	Descripción de los hallazgos más relevantes	52
b.	Limitaciones del estudio.....	54
c.	Comparación crítica con la literatura existente	55
d.	Implicancias Del Estudio	56
5.2	PROPUESTAS.....	57
	CONCLUSIONES.....	62
	RECOMENDACIONES	64
	BIBLIOGRAFÍA	66
	ANEXOS.....	69
	ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA	70
	ANEXO 2: MATRIZ DE INSTRUMENTOS	71
	ANEXO 3: INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	72



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Distribución de los ítems del cuestionario</i>	39
Tabla 2. <i>Descripción de la Baremación y escala de interpretación</i>	39
Tabla 3. <i>Niveles de confiabilidad</i>	40
Tabla 4. <i>Estadística de fiabilidad</i>	41
Tabla 5. <i>Indicador recurso gastronómico</i>	41
Tabla 6. <i>Indicador variedad de platos</i>	42
Tabla 7. <i>Indicador sistema HACCP</i>	43
Tabla 8. <i>Indicador protocolo sanitario de operaciones ante el covid-19</i>	44
Tabla 9. <i>Personal calificado</i>	45
Tabla 10. <i>Indicador nivel de satisfacción del cliente</i>	46
Tabla 11. <i>Indicador educaciones e instalaciones</i>	47
Tabla 12. <i>Indicador mobiliario y equipamiento</i>	48
Tabla 13. <i>Indicador nivel de motivación</i>	49
Tabla 14. <i>Indicador gasto del turista</i>	50
Tabla 15. <i>Variable producto gastronómico</i>	51



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Características de los turistas gastronómicos</i>	28
Figura 2 <i>Indicador recurso gastronómico</i>	41
Figura 3 <i>Indicador de variedad de platos</i>	42
Figura 4 <i>Indicador sistema HACCP</i>	43
Figura 5 <i>Indicador protocolo sanitario de operaciones ante el COVID-19</i>	44
Figura 6 <i>Indicador calidad de servicio</i>	45
Figura 7 <i>Indicador nivel de satisfacción del cliente</i>	46
Figura 8 <i>Indicador edificaciones e instalaciones</i>	47
Figura 9 <i>Indicador mobiliario y equipamiento</i>	48
Figura 10 <i>Indicador nivel de motivación</i>	49
Figura 11 <i>Indicador gasto del turista</i>	50
Figura 12 <i>Variable producto gastronómico</i>	51



RESUMEN

El presente trabajo de investigación se desarrolló en el distrito de Lucre de la provincia de Quispicanchis, tiene como objetivo principal Determinar los efectos de la pandemia Covid-19 en el producto gastronómico del distrito de lucre, Cusco-2021.

En el Cusco en los últimos años la demanda del producto gastronómico ha ido creciendo, los turistas han aumentado su necesidad de salir de las ciudades y buscar zonas donde puedan distraerse, además de poder consumir una variedad de platos, por esta razón en esta investigación se realizó un análisis de temas como: Producto gastronómico, atractivos gastronómicos, seguridad gastronómica, calidad de servicio, infraestructura gastronómica y demanda turística.

El tipo de investigación es cuantitativo de nivel descriptivo no experimental, la muestra de estudio estuvo conformada por 30 empresarios dedicados a la actividad gastronómica, la técnica de investigación fue la encuesta y el instrumento el cuestionario elaborado específicamente para la investigación.

La conclusión a la que se arribo es la siguiente: En la investigación se realizó un análisis minucioso sobre los efectos que la pandemia COVID-19 ha provocado en el producto gastronómico de Lucre, actualmente el distrito viene sufriendo una caída de la demanda de turistas, se evidencia que muchos de los empresarios se vieron en la necesidad de cerrar sus restaurantes, dedicándose a otras actividades las cuales les genere otras fuentes que sustenten sus canastas familiares. Otro efecto que se logró evidenciar es que el producto gastronómico del distrito de Lucre no cuenta con las medidas necesarias para recibir gran afluencia de turistas, como son un debido equipamiento, mobiliario, infraestructura, seguridad gastronómica y las medidas sanitarias óptimas.

Palabras claves: Producto gastronómico, atractivos gastronómicos, seguridad gastronómica, calidad de servicio, infraestructura gastronómica y demanda turística



ABSTRACT

The present research work was developed in the Lucre district of the Quispicanchis province, its main objective is to determine the effects of the Covid-19 pandemic on the gastronomic product of the Lucre district, Cusco-2021.

In Cusco in recent years the demand for the gastronomic product has been growing, tourists have increased their need to leave the cities and look for areas where they can be distracted, in addition to being able to consume a variety of dishes, for this reason this research carried out an analysis of topics such as: gastronomic product, gastronomic attractions, gastronomic safety, quality of service, gastronomic infrastructure and tourist demand.

The type of research is quantitative of a non-experimental descriptive level, the study sample was made up of 30 entrepreneurs dedicated to the gastronomic activity, the research technique was the survey and the instrument the questionnaire prepared specifically for the research.

The conclusion reached is the following: In the investigation, a detailed analysis was carried out on the effects that the COVID-19 pandemic has caused in Lucre's gastronomic product, currently the district has been suffering a drop in tourist demand, it is evident that many of the businessmen were seen in the need to close their restaurants, dedicating themselves to other activities which generate other sources that support their family baskets. Another effect that was evidenced is that the gastronomic product of the Lucre district does not have the necessary measures to receive a large influx of tourists, such as proper equipment, furniture, infrastructure, gastronomic safety and optimal sanitary measures.

Keywords: Gastronomic product, gastronomic attractions, gastronomic safety, quality of service, gastronomic infrastructure and tourist demand



CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 Planteamiento del problema

En estos tiempos, el mundo está sufriendo cambios en la forma de vida ante la presencia y expansión continúan del virus “SRAS-CoV-2” conocido como “COVID-19” que provocó que la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2020) declare en estado de pandemia el 11 de marzo del 2020. Las consecuencias del peligro, el miedo y la incertidumbre producidas por la pandemia y sus características, así como por las drásticas medidas adoptadas por los Estados para frenar su propagación, han traído como consecuencia cambios significativos en los modos de vida de prácticamente toda la humanidad (particularmente por las cuarentenas, el “distanciamiento social” forzoso y el cierre de fronteras), esto ha ocasionado un gran impacto en diversos campos siendo el más afectado el turismo y las actividades vinculadas a él como es el turismo gastronómico se encuentran entre las más afectadas a nivel mundial.

La pandemia COVID-19 ha afectado al turismo gastronómico de muchos países, las personas pueden omitir viajar, pero no dejar de comer. La gastronomía y el turismo gastronómico dependen del sistema alimentario de la humanidad y sus cadenas alimentarias de producción, suministros, valor. El cierre de fronteras por la pandemia COVID-19 es un problema exponencial que pone en riesgo la soberanía y seguridad alimentaria para el turismo y la sociedad mundial. Según la Organización mundial del turismo (OMT, 2021) el turismo ha descendido en Asia y el Pacífico en un (-84%) siendo la primera región en sufrir los efectos de la pandemia y una de las que mantiene las restricciones de viaje más estrictas con un descenso de las llegadas en 2020 (300 millones menos). Oriente Medio y África registraron en ambos casos una caída del 75%. Europa registró un descenso del número de llegadas del 70%, a pesar de un pequeño y breve



repunte en el verano de 2020, y fue la región que sufrió la mayor caída en términos absolutos, con una disminución de más de 500 millones de turistas en 2020. Las Américas registraron una caída del 69% en las llegadas internacionales, con resultados ligeramente mejores en el último trimestre del año.

El Perú es considerado como una de los más importantes destinos turísticos de Sudamérica, gracias a sus innumerables atractivos naturales, culturales, gastronómicos, los cuales eran capaces de generar grandes demandas turísticas a nivel local, nacional e internacional. Entre las principales motivaciones para que los turistas visiten el Perú se encontraba nuestra cocina (59%), junto con Machu Picchu (60%) y los diversos paisajes naturales (61%), revela el estudio; además que en promedio el turista gasta \$135 por día. (PROMPERU, 2017), lo cual era fuente de ingreso para cada una de las familias dedicadas a la actividad turística y debido a la nueva realidad que se viene afrontando nuestro país se vieron afectadas de manera muy significativa. El turismo gastronómico viene siendo afectado debido al confinamiento y las medidas de protección dictadas por el gobierno, lo que ha provocado que muchos bares y restaurantes dedicados a la actividad turística cierren sus puertas.

De acuerdo a Carlos Canales, presidente de la Cámara Nacional de Turismo (CANATUR), antes de la pandemia existían más de 200.000 restaurantes operando en todo el territorio, quienes daban empleo a más de 1 millón de personas a nivel nacional, de este total, el 50% de los negocios pequeños han tenido que cerrar, debido a las consecuencias de la crisis sanitaria. (Grupo Verona, 2020). Ante este nuevo escenario, el ministerio de la Producción aprobó el “Protocolo sanitario de operación ante la pandemia COVID-19 para restaurantes y servicios afines en la modalidad de atención en salón” para asegurar la reactivación del rubro gastronómico, muchos restaurantes han visto en este protocolo la oportunidad de poder abrir sus puertas y reactivar el turismo gastronómico local.



En nuestra región, según Benavente (2018) el sector turismo aporta el 14% del producto bruto interno (PBI) del Cusco, si bien no es relevante y está detrás de otras actividades como con las industrias extractivas, construcción y comercio en términos de aporte al PBI local, esta tiene una importancia significativa en relación a otras regiones. Nuestra región del Cusco al igual que muchos departamentos viene acatando las medidas impuestas por el gobierno central, siendo el turismo el sector más golpeado por la paralización sin precedentes de dicho sector, por ser un sector de contacto con el público. La magnitud de la caída de la actividad se ve reflejada en la cantidad de vuelos diarios y llegadas de pasajeros desde el cierre de las fronteras internacionales, el impacto fue devastador para el sector, si bien aún no hay estimaciones de empresas en quiebra y empleos perdidos, podemos decir que ha afectado irreparablemente a todos los prestadores del servicio turístico dentro del cual se encuentra el turismo gastronómico.

El impacto de la pandemia COVID-19 en el sector gastronómico es dramático, se sabe que el producto gastronómico de nuestra región es parte de la experiencia del viaje, en el Departamento del Cusco se encuentran 2 tipos de restaurantes turísticos: los de gama alta y gama media; los de gama alta depende exclusivamente del turismo receptivo además de la temporalidad y no pueden ser sostenidos solo por la ciudad, a raíz del COVID-19 muchos empresarios gastronómicos se vieron afectados y tuvieron que negociar sueldos o hacer recortes de su personal, además de adecuarse a ciertos protocolos de bioseguridad. Los de gama media están rediseñando nuevos estándares de servicio para poder sobrevivir a la pandemia con nuevos enfoques alrededor de los consumidores locales, diversificando los repartos a domicilio, el acondicionamiento de menores aforos, la venta de ingredientes y recetas gourmet, la incorporación de nuevas medidas sanitarias, y el recalibramiento de lo que eso significa en términos de personal empleado, compras y establecimientos.



El distrito de Lucre materia de nuestro estudio cuenta con el parque arqueológico de Pikillaqta y el humedal de Lucre que es considerado como un sitio RAMSAR por el Ministerio de Medio Ambiente y es una fuente de motivación para muchos visitantes, dichos turistas necesitan cubrir ciertas necesidades y una de ellas es la alimentación. Según el plan de desarrollo turístico local de Lucre dice que la localidad cuenta con un total de 23 Piscigranjas ,6 quintas restaurantes y 1 heladería, donde los platos estrellas son el pato asado, la trucha frita, postres hechos a base de leche, entre otros, por lo que es una fuente de interés y motivación para los visitantes lo cual era aprovechado por los pobladores de la localidad, debido a la problemática actual muchos restaurantes han cerrado sus puertas y los propietarios están dedicándose a otras actividades para poder cubrir sus gastos básicos. (Municipalidad distrital de Lucre, 2018).

De continuar la pandemia COVID-19 pone en peligro la situación económica de las familias del distrito de Lucre que ven en el producto gastronómico una fuente de ingreso no solo para ellos, sino para todas las personas que trabajan en la elaboración del producto gastronómico. Para poder mejorar la situación del producto gastronómico del distrito de Lucre, se debe de realizar un estudio minucioso y real de los efectos que ha sobrevenido de la pandemia COVID-19 en el producto gastronómico del distrito de Lucre y sus principales componentes como; atractivo gastronómico, seguridad gastronómica, calidad de servicio, infraestructura gastronómica y la demanda gastronómica, de esta manera se tendrá claro los problemas y deficiencias, los cuales proporcionaran información para poder mejorar y plantear nuevas alternativas que permitan reactivar el Producto Gastronómico tomando en cuenta los protocolos de bio seguridad.



1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema General

¿Cuáles son los efectos de la pandemia COVID-19 en el producto gastronómico del distrito de Lucre, Cusco-2021?

1.2.2 Problemas Específicos

- a. ¿Cuáles son los efectos de la pandemia COVID-19 en los atractivos gastronómicos del distrito de Lucre, Cusco – 2021?
- b. ¿Cuáles son los efectos de la pandemia COVID-19 en la seguridad gastronómica del distrito de Lucre, Cusco – 2021?
- c. ¿Cuáles son los efectos de la pandemia COVID-19 en la calidad de servicios del distrito de Lucre, Cusco – 2021?
- d. ¿Cuáles son los efectos de la pandemia COVID-19 en la infraestructura gastronómica del Distrito de Lucre, Cusco – 2021?
- e. ¿Cuáles son los efectos de la pandemia COVID-19 en la demanda turística del distrito de Lucre, Cusco-2021?

1.3 Justificación del problema

1.3.1 Conveniencia

Es indispensable conocer la realidad del Producto gastronómico del Distrito de Lucre con respecto a la pandemia COVID-19, cuales son los efectos, repercusiones y realizar un análisis concienzudo de cada uno de los componentes que son: atractivo gastronómico, seguridad gastronómica, calidad de servicio, infraestructura y la demanda turística de esta manera se podrá plantear alternativas de solución que ayuden a las familias a reactivar el producto gastronómico considerando todos los protocolos y medidas sanitarias impuestas por el gobierno central.



1.3.2 Relevancia Social

La presente investigación busca dar a conocer los efectos de la pandemia COVID-19 en el producto gastronómico del Distrito de Lucre de la región del Cusco y así garantizar la mejora de todos los componentes de dicho producto de acuerdo a los protocolos de bioseguridad.

Con esta investigación lograremos beneficiar a los pobladores del distrito de Lucre que realizan la actividad gastronómica, al contar con mayor información sobre los protocolos y medidas para el expendio del producto gastronómico del distrito; así mismo, busca ser antecedente de futuras investigaciones que estén estudiando el Producto Gastronómico de distrito de Lucre.

1.3.3 Implicancias Prácticas

El siguiente trabajo de investigación busca realizar un diagnóstico de los efectos de la pandemia COVID-19 en el producto gastronómico del distrito de Lucre y de cada componente, de esta manera poder mejorar cada uno de estos, para lo cual realizare un análisis y evaluación de los atractivos gastronómicos, seguridad gastronómica, calidad de servicio, infraestructura y la demanda turística, lo cual ayudara a la población a reactivar el turismo.

1.3.4 Valor Teórico

Buscamos ampliar el conocimiento sobre los efectos de la pandemia COVID-19 en el producto gastronómico y sus componentes, es importante contar con los aspectos teóricos respecto a nuestro tema, esto incluye información del COVID-19, es decir; lo que es, sus causas y las medidas que se viene tomando para poder reactivar el turismo gastronómico. En cuanto al producto gastronómico se debe desarrollar cada uno de sus componentes que son: atractivos gastronómicos, seguridad gastronómica,



calidad de servicio, infraestructura y la demanda turística, y como la crisis sanitaria ha alterado su normal desarrollo.

1.3.5 Utilidad Metodológica

El presente trabajo de investigación es de nivel cuantitativo descriptivo, trabaja bajo el método científico, en el cual se hace la recolección de información, acto seguido esta será analizada por instrumentos que sean fiables y válidos para la obtención de los resultados deseados. Estas herramientas e instrumentos podrán tener provecho más adelante en investigaciones sobre el producto gastronómico del distrito de Lucre.

1.4 Objetivos de la investigación

1.4.1 Objetivo General

Determinar los efectos de la pandemia COVID-19 en el producto gastronómico del distrito de Lucre, Cusco-2021.

1.4.2 Objetivos Específicos

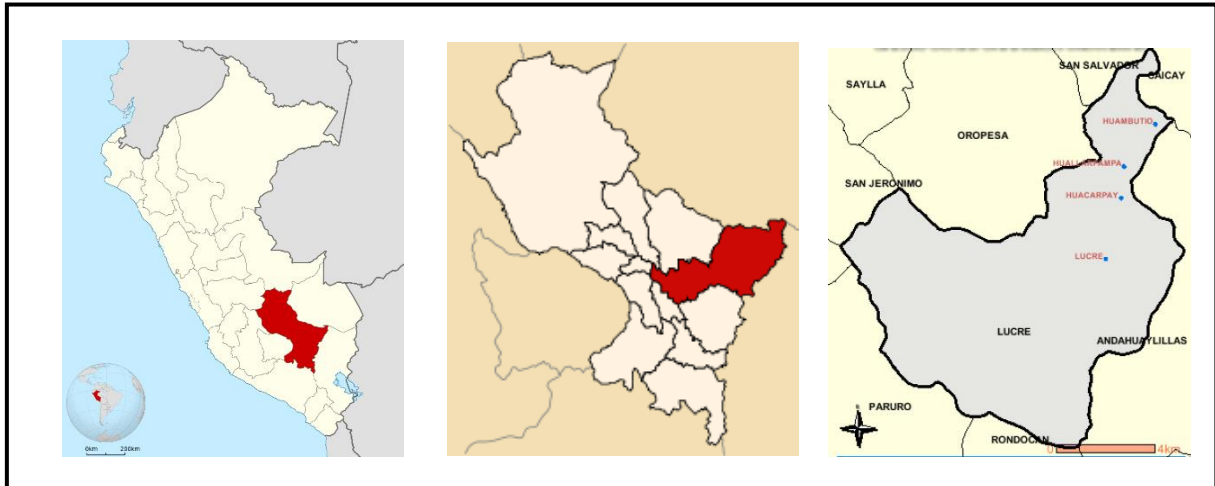
- a. Identificar los efectos de la pandemia COVID-19 en los atractivos gastronómicos del distrito de Lucre, Cusco – 2021.
- b. Identificar los efectos de la pandemia COVID-19 en la seguridad gastronómica del distrito de Lucre, Cusco – 2021.
- c. Identificar los efectos de la pandemia COVID-19 en la calidad de servicios del distrito de Lucre, Cusco – 2021.
- d. Identificar los efectos de la pandemia COVID-19 en la infraestructura gastronómica del Distrito de Lucre, Cusco – 2021.
- e. Identificar los efectos de la pandemia COVID-19 en la demanda turística del distrito de Lucre, Cusco-2021.



1.5 Delimitaciones de la investigación

1.5.1 Delimitación Espacial

La Investigación se centrará en el Distrito de Lucre, de la provincia de Quispicanchi del departamento de Cusco ubicado a 3 111 msnm.



1.5.2 Delimitación Temporal

El desarrollo del presente trabajo de investigación se realizará en el año 2021.



CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

Sobre la base de la revisión bibliográfica acerca del tema de investigación se hallaron algunos temas relacionados:

2.1.1 Antecedentes internacionales

Antecedente internacional N° 1

Título: *Una cocina en búsqueda de identidad, representaciones de la gastronomía de Baja California.*

Autor: Juan Pablo Huerta Rivera

Año: 2012

País: México

Universidad: Colegio de la Frontera Norte

Objetivo general: Describir la manera de cómo se construye de manera simbólica la gastronomía de Baja California.

Conclusiones: La tentativa por crear una cocina de Baja California surge en un contexto en el que también se encuentran presentes las que buscan dar una definición de la identidad de los tijuanaenses y los fronterizos: “contexto ideológico en el cual se intenta producir tradiciones en Tijuana, una tarea que asumen principalmente ciertos sectores ligados a las esferas políticas, empresariales y culturales, erigidas en garantes de un pretendido legado moral y social traído del pasado”

Comentario: El trabajo de investigación tiene como finalidad encontrar cuales son las tradiciones de Tijuana y como el sector publico contribuye a que estas costumbres sean legados de futuras generaciones, además de que no queden en el olvido.



2.1.2 Antecedentes Nacionales

Antecedente Nacional N° 1

Título: *La sostenibilidad del turismo gastronómico y la implementación de un plan acertado para los pueblos de cabo rojo y lajas, Puerto Rico.*

Autor: Humberto Jose Guardiola Wiscovitcharrasco

Año: 2018

Universidad: Universidad San Martin de Porres.

Objetivo general: Evaluar las estrategias actuales de los países que han implementado exitosamente planes estratégicos de turismo gastronómico para adaptarlos a un plan estratégico para la isla.

Conclusiones: El proceso investigativo para la realización de este documento demostró los beneficios del turismo gastronómico, sobre todo el impacto positivo en términos socioeconómicos en los países que han desarrollado el mismo. También se comprobó que el desarrollo del turismo gastronómico abre nuevas oportunidades de negocios, lo cual contribuye a la creación de nuevos empleos. Esta investigación reveló la importancia que tiene la colaboración e integración de todos los sectores socioeconómicos en la elaboración de un plan estratégico de turismo gastronómico para que el mismo sea exitoso y sustentable.

Comentario: La investigación demuestra cuales son los beneficios que proporciona el turismo gastronómico, el impacto en la economía de una región y país, como este puede contribuir a generar nuevas oportunidades de empleo.

Antecedente Nacional N° 2

Título: *Factibilidad de una ruta gastronómica para los distritos de Pimentel, Santa Rosa y San José en el departamento de Lambayeque. Enero - marzo 2014.*

Autor: Raul Absalón Quiros Arbulú.



Año: 2014

Universidad: Universidad Privada Juan Mejía Baca.

Objetivo general: Diseñar dos rutas gastronómicas en función al gasto promedio del turista objetivo de tal manera que comprenda los distritos de Pimentel, San José y Santa Rosa.

Conclusiones: Se diseñaron dos rutas gastronómicas en función al consumo promedio esperado. Las rutas gastronómicas diseñadas incluirán los distritos de Pimentel y Santa Rosa; San José no será incluido por problema de infraestructura y carencia de potencial turístico. La integración de una ruta gastronómica se considera de vital importancia ya que, mediante su gastronomía típica, impulsará al desarrollo de la actividad gastronómica en los distritos de Santa Rosa y Pimentel; así mismo daría una mejora al estilo de vida de los habitantes de las zonas. Los platos típicos y atractivos turísticos, llamados productos gastronómicos, son los componentes principales de la ruta gastronómica, por lo que al identificarlos encontramos también una variedad de platos típicos tradicionales que no se brindan en forma comercial en los distintos restaurantes de cada distrito, tales como las manías, albóndigas de pescado, el cebiche de ancaque, el pulpo sancochado, chilcano de pescado, la boda, la poda, pepián de pavo, el horneado de chancho, el espesado de toyo y que podrían incorporarse a los productos ofrecidos al turista nacional y extranjero; aparte de los reconocidos a nivel nacional tales como ceviche mixto, tortilla de raya, chinguirito y chilcano de pescado. La ruta gastronómica trae distintos beneficios para la región de Lambayeque y para los restaurantes que están en los distritos de Pimentel y Santa Rosa, como es más ingreso económico, mayor reconocimiento para los restaurantes, empresas de alojamiento, potencial turístico y la feria gastronómica dando una buena imagen al turista.



Comentario: La investigación señala que la creación de una ruta gastronómica es fuente de ingresos a los distritos que la conforman, además de manera indirecta contribuye a que los pobladores tengan una mejor calidad de vida.

2.1.3 Antecedentes Locales

Antecedente Local N° 1

Título: *Atractivos Gastronómicos de la provincia de Anta para el incremento del turismo interno.*

Autores: Arturo Javier Gonzales Cuellar y Jhader Samuel Apumayta Calsina.

Año: 2012

Universidad: Universidad San Antonio Abad del Cusco.

Objetivo general: Describir como los atractivos gastronómicos de la provincia de Anta mejoraran el incremento del turismo interno.

Conclusiones: La provincia de Anta cuenta con los atractivos gastronómicos de categoría tres (folklore) y de jerarquía dos, capaces de generar una nueva corriente turística de tipo gastronómico y de esta forma el turismo interno (local y nacional); Los atractivos de tipo gastronómico son una buena alternativa de desarrollo turístico. La implementación de una “Feria Turística dominical gastronómica en la provincia de Anta” es una estrategia capaz de motivar el flujo de turismo interno (local y nacional); La implementación de ofertas adicionales genera atracción en los consumidores y/o turistas internos.

Comentario: La investigación se evidencia que el un atractivo gastronómico por si solo es fuente de motivación para los visitantes, lo cual debe de ser explotado por los residentes de un lugar, implementando más platos, además de mejorar la infraestructura del lugar.

Antecedente Local N° 2



Título: *Turismo Gastronomico en el Valle Sur para diversificar la oferta turistica del Centro receptor Cusco.*

Autores: Sonia Condori Vargas y Yessica Quispe Vargas.

Año: 2012

Universidad: Universidad San Antonio Abad del Cusco.

Objetivo general: Describir de que manera el turismo gastronómico en el Valle Sur incrementa la diversificación de la oferta turística del centro receptor Cusco.

Conclusiones: Las condiciones actuales de la gastronomía en el Valle Sur se caracteriza por ser representativa de cada distrito, donde la venta de los platos típicos se convirtió en una forma de ingreso familiar, generando una fuente fuerza motivacional por parte de los turistas tanto nacionales como extranjeros; El valle Sur con un gran potencial gastronómico, natural y culturas que es capaz de incrementar la oferta y demanda turística del centro receptor Cusco. Logrando de esta manera diversificar el mercado turístico del centro receptor Cusco; Las estrategias para mejorar la oferta gastronomica del Valle Sur con la instalación, implementación y mejoramiento de la Feria Gastronómica sabatina y dominical en el valle Sur que permite mejorar el nivel de vida del poblador del Valle Sur.

Comentario: La presente investigación estudia las condiciones actuales del turismo gastronómico del Valle Sur, se evidencia que en la actualidad la venta de platos típicos es fuente de ingresos para las familias que realizan dicha actividad, por esta razón el gobierno local debe de implementar y mejorar la venta de estos productos puede ser creando ferias gastronómicas.

Antecedente Local N° 3

Título: *Calidad de servicio en los restaurantes del distrito de Saylla para fomentar el turismo gastronomico – 2017.*



Autor: Yasmin Judith Diaz Velazco.

Año: 2017

Universidad: Universidad Andina del Cusco.

Objetivo general: Determinar si la calidad de servicio en los restaurantes del distrito de Saylla permitirá fomentar el Turismo Gastronómico.

Conclusiones: Se ha llegado a la conclusion que la elaboración de las propuestas de atención al cliente, promoción y difusión, manipulación de alimentos y restaurante modelos si permitirá fomentar el turismo gastronómico en el distrito de Saylla, la primera nos permitirá a tener turistas satisfechos. La segunda propuesta permitirá dar a conocer la gastronomía del distrito de Saylla. La tercera a brindar seguridad al cliente todas estas propuestas ayudaran hacer un restaurante modelo y de prestigio.

Comentario: La investigación determina la calidad del servicio brindado por los restaurantes en Saylla, luego de lo cual brinda una serie de recomendaciones para que los empresarios gastronómicos puedan mejorar las ventas, además otra propuesta contribuirá que los clientes se sientan felices y satisfechos con la atención brindada en los restaurantes.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Enfoque de producto gastronómico

El producto gastronómico es un conjunto de productos, servicios, experiencias e inspiraciones gastronómicas materiales e inmateriales en itinerarios, tours, circuitos, rutas en regiones geográficas, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas de manera prioritaria y complementaria como principal motivo de desplazamiento del turista, es un producto compuesto que debe ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivo gastronómico, seguridad



gastronómica, calidad de servicio, infraestructura gastronómica y la demanda turística.
(Montesinos, 2016)

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define el producto gastronómico como “un tipo de actividad turística que se caracteriza porque el viajero experimente durante su viaje actividades y productos relacionados con la gastronomía del lugar. Además de las experiencias culinarias auténticas, tradicionales y/o innovadoras, el turismo gastronómico también puede incluir otro tipo de actividades, como visitar productores locales, participar en festivales gastronómicos o asistir a clases de cocina.

La gastronomía es el conocimiento razonado de lo que comemos y cómo lo comemos. Un área de conocimiento interdisciplinar que estudia y genera procesos físicoquímicos, culturales y socioeconómicos donde el ser humano cultiva, procesa, distribuye y consume buenos alimentos y bebidas que afectan a su bienestar físico, mental y social.

La necesidad de comer nos iguala a todos, pero también nos diferencia. El producto gastronómico surge precisamente a raíz de esta diferencia: la diferencia entre los turistas que simplemente se alimentan durante los viajes y aquellos para los que la gastronomía influye decisivamente en la elección del destino y desean saciar su apetito hedónico y cultural, más allá del fisiológico. En las últimas décadas, el turismo gastronómico ha evolucionado superando el marco de la mesa incorporando a la oferta todos los sectores de la cadena alimentaria y turística de un destino como productores (agricultura, pescadería, etc.), empresas transformadoras (queserías, almazaras, conserveras, bodegas, etc.), el sector turístico y hostelero (restaurantes, alojamientos especializados, empresas de actividades gastronómicas, etc.), el sector de la distribución, el sector comercial (venta de productos) e incluso el sector del conocimiento.



2.2.2 Componentes básicos producto gastronómico

A. Atractivos gastronómicos. - Son toda la variedad de platos, productos, bebidas que despiertan interés por el visitante, gracias a sus características tangibles y/o intangibles destacadas. Un plato para considerarse como atractivo debe de satisfacer.

Las motivaciones que impulsaron al turista a probar además el atractivo gastronómico de acuerdo al interés posee una jerarquización. (Organización Mundial del Turismo (OMT), 2019)

Según el Dr. Antonio Montecinos la jerarquización del producto gastronómico nos brinda un diagnóstico global, el cual contiene un inventario detallado de los recursos con el que cuenta una comunidad o región, a fin de utilizarlo como elementos indispensables para determinar los segmentos de mercado, distancias potenciales de desplazamiento, el tipo, la ubicación y monto de futuras inversiones, las cuales reforzaran la planta turística en esa zona. La jerarquización de zonas depende precisamente de la concentración en calidad o cantidad del inventario gastronómico que contenga cada una de las regiones. Las cuales se hacen de manera cualitativa y cuantitativa.

Cualitativas:

Jerarquía 5: Atractivo con rasgos excepcionales y gran significación para el mercado turístico internacional, el cual es capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes.

Jerarquía 4: Atractivo excepcional capaz de motivar una corriente de visitantes nacionales o extranjeros, ya sea por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos.



jerarquía 3: Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas.

Jerarquía 2: Atractivo con interés capaz de motivar corrientes de turistas regionales o locales.

Jerarquía 1: Atractivo sin méritos suficientes para considerarlo a nivel de las jerarquías anteriores pero que juega un papel complementario diversificando y potenciando al resto de los recursos.

Cuantitativos:

Es necesario establecer un método de integración objetiva de los distintos recursos en cada una de las cinco jerarquías anteriores.

B. Seguridad gastronómica. - En el rubro gastronómico es de suma importancia contar con una serie de medidas de seguridad e higiene a fin de prevenir accidentes y brindar a los consumidores productos de buena calidad. Por lo general, en los establecimientos gastronómicos suele haber ciertos riesgos asociados con la manipulación de alimentos y utensilios de cocina, para disminuir el nivel de dicho riesgo y evitar cualquier imprevisto se deben aplicar ciertas medidas de higiene y seguridad gastronómica.

La seguridad gastronómica tiene como principal objetivo resguardar el correcto desarrollo de las tareas que se llevan a cabo en el interior de la cocina de un establecimiento gastronómico, y cuidar la integridad de cada una de las personas que conforman el equipo de trabajo, se utiliza diversos sistemas para garantizar la inocuidad de los alimentos entre ellos encontramos el sistema HACCP, además existe un manual de buena prácticas de manufacturación que ayuda al personal a como manipular los alimentos. (Fude by educativo, 2017)



Recientemente el gobierno peruano creó un “Protocolo sanitario de operación ante el covid-19 para restaurantes y servicios afines en la modalidad de atención en salón”

En la Industria alimentaria la Higiene es una de las armas fundamentales para asegurar la calidad de los alimentos. El consumidor tiene derecho a acceder a alimentos seguros que no sean vehículos de enfermedad o intoxicación alimentaria. La industria consciente de su papel puede incorporar aquellos aspectos de la producción que permitan conseguir una mejora de las condiciones higiénicas de forma tan sencilla como adoptando un manual de Buenas Prácticas Higiénicas y de manipulación. Las repercusiones que las posibles intoxicaciones alimentarias producidas por esta mala manipulación tienen para la Salud Pública son de una importancia vital, por ello se hace, no sólo necesario, sino imprescindible, que los trabajadores que manipulan los alimentos reciban una formación actual y precisa en materia de alimentación e higiene alimentaria, consiguiendo a través de esta formación que los alimentos que llegan al consumidor conserven su inocuidad, evitando así la aparición de intoxicaciones e infecciones alimentarias. Los alimentos durante su producción, transporte, elaboración y manipulación son un importante vehículo de agentes capaces de provocar enfermedades en el hombre.

Las buenas prácticas comienzan con una adecuada formación que permita la adquisición de los conocimientos que cambien la visión hacia la mentalización higiénica adecuada para producir alimentos sin riesgo.

Tipos de contaminación

- Agentes contaminantes físicos: Están constituidos por partículas y cuerpos extraños que llegan al alimento, generalmente durante su manipulación o transporte.



- Agentes contaminantes químicos: Algunos tóxicos de origen químico pueden estar presentes en los alimentos de forma natural; éste es el caso de algunas toxinas vegetales y animales o las toxinas presentes en determinados hongos.
- Agentes contaminantes biológicos: Este tipo de contaminantes son los más frecuentes y variados. Entre ellos se encuentran determinados microorganismos o gérmenes (bacterias y virus), los parásitos, los insectos o las ratas y ratones.

Fuentes de contaminación

- De origen *endógeno*, es decir cuando el microorganismo está ya presente en el alimento antes de su obtención y que provoca la zoonosis (enfermedad infecciosa transmitida al hombre a través de los animales). De escasa importancia en el tema que nos ocupa ya que son retirados del consumo (vacas, cerdos... decomisados en el matadero) o inactivados (leche pasteurizada) antes de su llegada al consumidor.
- De origen *exógeno*, llegan a los alimentos durante su obtención, transporte, transformación, elaboración, conservación, distribución, comercialización o tratamiento culinario.

Las Buenas Prácticas de Manufactura

Las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) son una herramienta básica para la seguridad alimentaria y representan los procedimientos mínimos exigidos en el mercado nacional e internacional en cuanto a higiene y manipulación de alimentos. Además, tienen como propósito de alcanzar y mantener la inocuidad alimentaria y la satisfacción del cliente.

Los principales requisitos de higiene y calidad se basan en los códigos internacionales recomendados de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) en la industria de alimento, los cuales abarcan una serie de exigencias técnicas que la



empresa como tal debe implementar para obtener un producto saludable y de calidad para el consumo humano.

Los retos que enfrentan todas las industrias y establecimientos que se dedican a la elaboración y comercialización de alimentos en base a la calidad y a la seguridad alimentaria son la ineficiencia en cuanto a la producción, los gastos de operaciones y quizás otro como la crisis de maquinaria, es decir, están tecnológicamente atrasadas, y para poder implementar las BPM toda industria debe tener un plan de saneamiento básico y una mejora continua, respetando siempre la inocuidad de los productos. Dicho plan deberá contener procedimientos que permita que una industria de alimentos pueda disminuir los riesgos de contaminación de los productos manufacturados y así mismo, asegurar la gestión de los programas de saneamiento básico.

Las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) constituyen la mejor herramienta, para cumplir con estos objetivos puesto que se aplican a todos los procesos de manipulación de alimentos y son una herramienta fundamental para la obtención de alimentos seguros de acuerdo con las normativas nacionales e internacionales, a la vez que aumenta la satisfacción de los clientes al demostrarles un compromiso con la calidad.

Áreas que incluye un manual de Buenas Prácticas de Manufactura:

- Equipos e instalaciones.
- Servicios de planta.
- Equipos y utensilios.
- El personal.
- Control en el proceso y la producción.
- Almacenamiento del producto.
- Transporte
- Control de plagas



Sistema HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points)

HACCP el sistema de Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico está caracterizado por un enfoque preventivo de los riesgos sanitarios vinculados a los alimentos. La aplicación de este sistema se fundamenta en la identificación de los riesgos sanitarios de todo tipo, biológico, físico o químico que potencialmente afecta a los alimentos y la determinación de los puntos críticos de control (PCC), adaptado a cada proceso de fabricación en particular, desde la recepción de la materia prima a utilizar hasta la expedición del producto terminado.

El objetivo del sistema HACCP es identificar los peligros relacionados con la seguridad del consumidor que puedan ocurrir en la cadena alimentaria, estableciendo los procesos de control para garantizar la inocuidad del producto.

Aplicación del Sistema HACCP

HACCP es un sistema que aborda la seguridad alimentaria desde un punto de vista global, ya que identifica, analiza y controla los peligros físicos, químicos y biológicos de las materias primas, las distintas etapas del proceso de elaboración y la distribución del producto.

Este sistema de administración ha sido diseñado para ser implementado en cualquier área de la industria de la alimentación, desde el cultivo y la cosecha, pasando por la transformación, elaboración y distribución de los alimentos para el consumo.

Implementación de un plan HACCP

A la hora de implantar un plan HACCP podemos establecer dos fases.



Primera fase

- Formación del equipo HACCP con un grupo multidisciplinar liderado por un jefe de equipo que sea especialista en el sistema de productos, así como expertos que conozcan peligros y riesgos.
- Descripción del producto (composición, estructura, condiciones de tratamiento, envasado, almacenamiento, distribución, caducidad e instrucciones de uso).
- Identificación de su uso esperado, es decir, hay determinar la utilización a la que debe destinarse el producto por parte del consumidor final.
- Descripción del proceso y diseño del diagrama de flujo en el que se establezca el estudio HACCP
- Confirmación del diagrama de flujo de todas las etapas y corrección en caso de que fuera necesario

Segunda fase

Esta segunda fase coincide, además, con los 7 principios del HACCP

Principio 1. Relacionar cada uno de los peligros potenciales asociados a cada etapa del proceso hasta su consumo final. Analizar dichos peligros y determinar qué acciones se pueden llevar a cabo para control, reducción o eliminación.

Principio 2. Determinar los Puntos Críticos de Control (PPC).

Principio 3. Establecer los límites críticos para cada PPC. Puede darse la casualidad de que se establezca más de un límite crítico para una determinada fase.

Principio 4. Establecer un sistema de vigilancia para cada PPC. La información obtenida debe ser evaluada por una persona cualificada para la aplicación de medidas correctivas.

Principio 5. Establecer medidas correctivas para los desvíos que se produzcan. Estas acciones deben asegurar que el PPC está bajo control.



Principio 6. Establecer los procesos de verificación para comprobar que el sistema está trabajando correctamente con:

- Examen del HACPP y de sus registros
- Examen de desviaciones y del destino del producto
- Operaciones para determinar si los PPC están bajo control
- Validación de los límites críticos establecidos.

Principio 7. Establecer registro y documentación apropiados.

C. Calidad de servicio. - El concepto más antiguo de calidad es el de “excelencia” y se remonta a los filósofos griegos, de forma que, para Platón, la excelencia era algo absoluto, la más alta idea de todo. (Como se citó en Izaguirre M. 2015), luego, con el devenir de los siglos, este concepto ha ido madurando, sin perder importancia, pues es propio de la naturaleza del hombre tener siempre en alta estima aquello que consideraba de calidad. (Lloréns & Fuentes, 2005)

La calidad de servicio consiste en interpretar las necesidades y expectativas de los clientes y ofrecerles un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas. Características que, debemos reconocer, son muy difíciles de lograr en una prestación como la ofrecida por el personal, pues siendo un servicio, con las debilidades y fortalezas propias de lo intangible, depende de personas (emisor y receptor) influidas por innumerables factores. (Pizzo, 2013)

La calidad en el servicio como “una forma de actitud, relacionada pero no equivalente a la satisfacción, donde el cliente compara sus expectativas con lo que recibe de una vez que ha llevado a cabo la transacción”, pues sabemos que las actitudes son cambiantes, así como las expectativas, siendo ésta una diferencia



notable con la satisfacción, pero ambas influyen determinadamente en ésta. (Ruiz, 2001)

La calidad implica un proceso de mejora que parte del compromiso de la alta dirección y del personal, que, además, debe comprender los propósitos, además, destaca la necesidad del cambio de la cultura organizacional. El proceso que plantea este autor empieza por la determinación de cumplir los cuatro principios absolutos que propone:

1. **Calidad como excelencia:** De acuerdo al término, las organizaciones de servicios deben conseguir el mejor de los resultados, en sentido absoluto. Sin embargo, debido a su subjetividad, es difícil entender qué se considera como excelente, ya que sería necesario marcar unas directrices claras para conseguir ese nivel exigido.
2. **Calidad como ajuste a las especificaciones:** Tras la necesidad de estandarizar y especificar las normas de producción se desarrolló esta nueva perspectiva, desde la que se entiende la calidad como medida para la consecución de objetivos básicos, tales como, poder evaluar la diferencia existente entre la calidad obtenida en distintos períodos, para así poder obtener una base de comparación y determinar las posibles causas halladas bajo su diferencia, con la dificultad que esta evaluación es desde el punto de vista de la organización y no del propio usuario o consumidor.
3. **Calidad como valor:** En este sentido, las organizaciones consideran una eficiencia interna y una efectividad externa, es decir, deben analizar los costes que supone seguir unos criterios de calidad y, al mismo tiempo, satisfacer las expectativas de los consumidores o usuarios, teniendo en cuenta la dificultad existente en valorar estos elementos, ya que son dinámicos, varían con el tiempo. Es difícil identificar qué características son importantes para cada consumidor.



4. **Calidad como satisfacción de las expectativas de los usuarios o consumidores:**

Definir la calidad como el grado en que se atienden o no las expectativas de los consumidores o usuarios supone incluir factores subjetivos relacionados con los juicios de las personas que reciben el servicio. Es una definición basada en la percepción de los clientes y en la satisfacción de las expectativas, esto es importante para conocer qué necesitan los usuarios y los consumidores. (Crosby, 1960)

D. Infraestructura Gastronómica. - Infraestructura gastronómica es el soporte físico del servicio gastronómico por el cual se ofrecen productos culinarios de la zona para ser consumidos en el recinto o para llevar, consta con área de restaurant, área de degustaciones y área de venta y está constituido por edificaciones, instalaciones eléctricas, instalaciones sanitarias, mobiliario y equipamiento del establecimiento. (Minedu, 2015)

E. Demanda turística. – Es el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades económicamente, la definimos como la cantidad de “producto turístico” que los consumidores están dispuestos a adquirir en un momento dado un precio determinado es decir el gasto que realizan. (OMT, 1994)

Entendemos por demanda turística la cantidad de productos y/o servicios turísticos que pueden ser adquiridos o se han adquirido por parte de los turistas, motivados por intereses varios (cultural, ocio, relax, etc.). Por tanto, en la definición se engloba tanto la demanda real como la potencial, es decir, la demanda posible que todavía no se ha materializado.

La demanda turística suele caracterizarse, además de por su elasticidad, por ser estacional (se concentra en determinados periodos del año, que se conocen



como temporada alta). También suelen influir factores del lugar de destino, como el atractivo económico, la estabilidad económica o la diversidad de recursos turísticos que ofrece el sitio en cuestión, o factores del lugar de origen, como el nivel de renta, las modas o la estructura de vacaciones.

La demanda turística se clasifica en tres grandes grupos:

- a. La demanda efectiva o actual: es el número actual de personas que participan en la actividad turística, es decir, que efectivamente viajan. Este grupo es el que se mide más fácilmente y el que se encuentra reflejado en las estadísticas mundiales.
- b. La demanda no efectiva: es el sector de población que no viaja por algún motivo. Dentro de este grupo puede distinguirse: la demanda potencial, que se refiere a aquéllos que viajarán en el futuro, cuando experimenten un cambio en sus circunstancias personales (más tiempo libre, más dinero, etc.); y la demanda diferida, que es aquella que no ha podido viajar por algún problema en el entorno o en la oferta (actividad terrorista en una zona, falta de alojamiento, etc.).
- c. El tercer grupo lo configura la no demanda, caracterizada por un grupo de gente adverso a los viajes, aquellos que simplemente no desean viajar. (Mamani, 2016)

La elasticidad de la demanda

Mide la sensibilidad que tiene la demanda ante cambios producidos en alguna variable. La variable que suele cogerse de referencia es el precio, pero también pueden considerarse otras, como la renta del consumidor.



La relación existente entre demanda y precio es indirecta, por lo que, si los precios suben, la demanda cae, mientras que, si los precios bajan, la demanda crece.

Para calcular la elasticidad de la demanda se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{elasticidad} = \frac{\% \text{ variación de la demanda}}{\% \text{ variación del precio}}$$

Cabe destacar que debe compararse la variación porcentual de la demanda y del precio en un mismo periodo. De esta manera, se pueden obtener tres valores distintos:

- Mayor que 1, lo que supone que es una demanda elástica.
- Igual a 1, lo que supone que es una demanda unitaria.
- Menor que 1, nos encontramos ante una demanda inelástica o rígida.

Influencia en la elasticidad de la demanda

Diferentes condiciones y factores influyen en la elasticidad de la demanda turística. Vemos los más significativos a continuación:

El tipo de necesidad que cubre el servicio: cuanto más básica sea la necesidad, más inelástica será la demanda. Por ejemplo, si un médico debe viajar para asistir a una convención celebrada en una determinada ciudad, la demanda será inelástica. El precio más caro no influirá en su decisión de desplazamiento, porque debe asistir sí o sí en la convención que se celebra en unas fechas concretas.

La existencia de servicios sustitutivos: la demanda será elástica cuanto más competencia y alternativas haya. Por ejemplo, sucede con las tarifas de billetes de avión y de tren que cubren un mismo trayecto.

La importancia del servicio turístico en términos de coste: la demanda será inelástica si el gasto del servicio turístico en cuestión supone un porcentaje muy bajo del precio total del viaje.

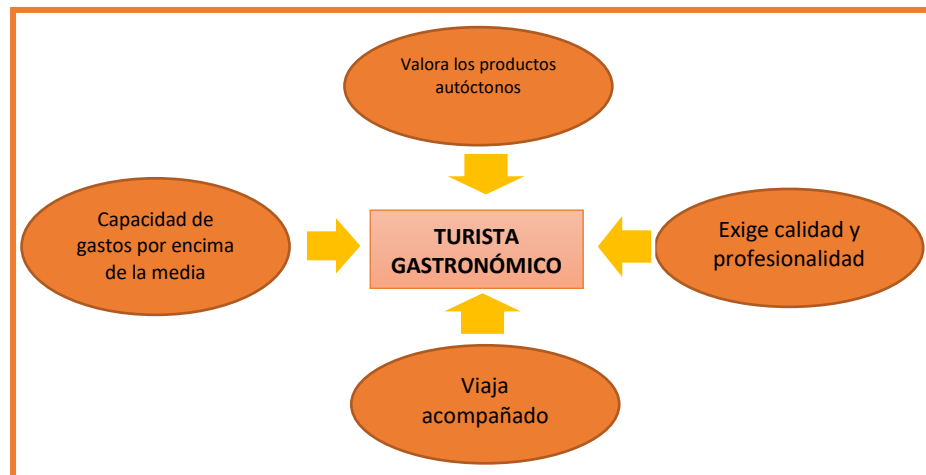
2.2.3 Características de los turistas gastronómicos

En cuanto al perfil del turista gastronómico, hablamos de un consumidor tanto nacional como internacional, con formación y poder adquisitivo medio, que:

- Prefiere viajar acompañado, y tiene una capacidad de gasto por encima de la media.
- Busca destinos singulares, con un relato turístico auténtico y local, una identidad bien definida, de modo que la diferenciación es un factor clave.
- Valora los productos autóctonos y aprecia su protección y reconocimiento, demanda productos sostenibles, tradicionales y de cercanía.
- Exige calidad y un alto nivel de profesionalidad y servicio en todos los recursos que conforman el conjunto de la cadena de valor del turismo gastronómico.
- Convive con innovación y tradición, no solo en cuanto a la oferta gastronómica, sino también en los hábitos de búsqueda de información, siendo grandes consumidores de nuevas tecnologías. (Malazon, 1992)

Figura 1

Características de los turistas gastronómicos.



Nota: Elaboración propia

2.2.4 Teoría de la gastronomía

La gastronomía es difícil de definir; las raíces que integran esta palabra provienen del griego, donde gastros era estómago y nomos ley o conocimiento. El término se acuña por primera vez en 1801 cuando el autor francés Jacques Berchoux



titula su Poema: “La Gastronomie ou l’hommes des champ à table”, traducido al español “La Gastronomía, o el hombre del campo en la mesa”. La palabra se hizo famosa en 1835 y se incluyó en el diccionario de la academia francesa como el arte del buen comer.

Una definición que se ajusta al estudio que se realiza y que asume mensajes turísticos que se interpretan en restaurantes, preparación y valoración de los alimentos, distintos tipos de cocinas, contexto histórico, entre otros, proviene del catalán y del portugués, en donde se dice que la gastronomía es respectivamente:

“El conocimiento de todo lo que tiene que ver con la cocina, la elaboración y la composición de los platos, y el arte de apreciar los manjares y las bebidas”

“El conjunto de conocimientos y prácticas relacionadas con la cocina, como la presentación de las comidas, como el arte de saborear y apreciar manjares”.

Estos son conceptos gastronómicos que resultan más adecuados que en el español o en el mismo francés, autor de la palabra, puesto que no reducen el término a una destreza de ejecución, tanto en arte de la preparación o solo en el buen comer. (Iturrall Vallejos, 2014)

2.3 Hipótesis

No se considera Hipótesis General ni especifican en razón a que no es necesario consignar hipótesis en una Investigación cuantitativa de alcance descriptivo. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014)

2.4 Variables e indicadores

2.4.1 Identificación de las variables

Variable I: Producto Gastronómico



2.4.2 Operacionalización de las variables

Variable	Definición de la variable	Dimensiones	Indicadores
Producto Gastronómico	El producto gastronómico es un conjunto de productos, servicios, experiencias e inspiraciones gastronómicas materiales e inmateriales en itinerarios, tours, circuitos, rutas en regiones geográficas, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas de manera prioritaria y complementaria como principal motivo de desplazamiento del turista, es un producto compuesto que debe ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivo gastronómico, seguridad gastronómica, calidad de servicio, infraestructura gastronómica y la demanda turística. (Montesinos, 2016)	Atractivo gastronómico	<p>Son toda la variedad de platos, productos, bebidas que despiertan interés por el visitante, gracias a sus características tangibles y/o intangibles destacadas. Un plato para considerarse como atractivo debe de satisfacer las motivaciones que impulsaron al turista a probar además el atractivo gastronómico de acuerdo al interés posee una jerarquización. (elaboración propia)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recurso gastronómico • Variedad de platos
		Seguridad gastronómica	<p>La seguridad gastronómica tiene como principal objetivo resguardar el correcto desarrollo de las tareas que se llevan a cabo en el interior de la cocina de un establecimiento gastronómico, y cuidar la integridad de cada una de las personas que conforman el equipo de trabajo, se utiliza diversos sistemas para garantizar la inocuidad de los alimentos entre ellos encontramos el sistema HACCP. (FUDE by educativo, s.f.)</p> <p>Recientemente el gobierno peruano creo un “Protocolo sanitario de operación ante el covid-19 para restaurantes y servicios afines en la modalidad de atención en salón”</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sistema HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) • Protocolo sanitario de operación ante el covid-19
		Calidad de servicio	<p>La calidad de servicio consiste en interpretar las necesidades y expectativas de los clientes y ofrecerles un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas. Características que, debemos reconocer, son muy difíciles de lograr en una prestación como la ofrecida por el personal, pues siendo un servicio, con las debilidades y fortalezas propias de in intangible, depende de personas (emisor y receptor) influidas por innumerables factores. (Pizzo, 2013)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personal calificado • Nivel de satisfacción del cliente



**Infraestructura
gastronómica**

También Infraestructura gastronómica es el soporte físico del servicio gastronómico por el cual se ofrecen productos culinarios de la zona para ser consumidos en el recinto o para llevar, consta con área de restaurant, área de degustaciones y área de venta y está constituido por edificaciones, instalaciones eléctricas, instalaciones sanitarias, mobiliario y equipamiento del establecimiento. (Minedu, 2015)

- Edificaciones e instalaciones básicas
- Mobiliario y equipamiento

**Demanda
turística**

La demanda turística se define como: el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades económicamente, la definimos como la cantidad de “producto turístico” que los consumidores están dispuestos a adquirir en un momento dado un precio determinado es decir el gasto que realizan. (OMT, 1994)

- Nivel de motivación
 - Gasto del turista
-



2.5 Definición de términos básicos

A. Actividades Turísticas

Se puede definir como el resultado de los actos particulares de consumo realizados por personas fuera del lugar de su domicilio habitual que, por diferentes motivos, visitan temporalmente sitios que ofrecen bienes y servicios turísticos. Son igualmente actividades turísticas las que derivan de las interrelaciones entre los turistas, los prestadores de servicios turísticos y el estado o los administradores. (Maralbell, Arcaron, & Capella, 2010)

B. Atractivos turísticos

Es el recurso turístico al cual la actividad humana le ha incorporado instalaciones, equipamiento y servicios, agregándole valor. (Congreso de la Republica, 2009)

C. Atractivos Gastronómicos

Son todo el conjunto de productos, servicios, experiencias e inspiraciones gastronómicas que generan una capacidad de atracción suficiente para el turista, puede ser material o inmaterial que se encuentra en una ruta, circuito o corredor turísticos, que se ofrece con el propósito de satisfacer los deseos o necesidades de los visitantes. (Montecinos Torres, 2016)

D. Calidad de servicio

Es el grado en el que un servicio satisfecho o sobre pasa las necesidades o expectativas que el cliente tiene respecto al servicio es la amplitud de la discrepancia o diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones. (Stanton, 2007)



E. Gasto turístico

El gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo, y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los viajes turísticos y para los mismos. Incluyen los gastos realizados por los propios visitantes, así como los gastos pagados o reembolsados por otros. (Organismo mundial del turismo (OMT), 2008)

F. Gastronomía

Gastronomía es un arte conformado por el conjunto de aspectos culinarios que pertenecen a la cultura de una sociedad, permitiendo la elaboración de comidas exquisitas y de buena calidad. No se trata sólo de técnicas de cocción sino de la relación del hombre con su medio cultural, a través de la cual se provee de los recursos y conocimientos para satisfacer las preferencias de los consumidores.

Por su etimología, el término gastronomía es de origen griego, compuesto por dos palabras: gaster o gastrós que significa “estómago”, más nomu o nomos que significa “ley” o “regla”, por lo que su traducción etimológica habla de la cualidad vinculada con la ley o norma del estómago. La gastronomía va más allá de la preparación de una buena mesa y de una deliciosa comida, sino que este arte se ocupa de estudiar la interrelación que existe entre la alimentación y los factores culturales relacionados con ella. (Porporatto, 2015)

G. Infraestructura

Conjunto de elementos básicos necesarios para el funcionamiento de un centro poblado urbano o rural, su existencia es vital para el desarrollo del turismo. Entre las más importantes se tienen aeropuertos, carreteras, puertos, reservorios, rellenos sanitarios, plantas de energía, estaciones, centrales de comunicación. (Ministerio de economía y finanzas (MEF), 2011)



H. Plato típico

Cada lugar en el mundo tiene un potaje representativo que lo distingue de los demás, le da personalidad y crea comunidad, entre sus habitantes, con las características íntimas, lo típico del lugar, lo que es diferente de otros. Comida típica de alguna región, se les llama a aquellos platillos con características muy especiales y únicas que se tienden a realizar con frecuencia en un lugar. (Lloza Isenrich, 1992)

I. Producto turístico

Conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos, atractivos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos, para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística. (Congreso de la Republica, 2009)

J. Sistema HACCP

Hazard Analysis and Critical Control Points – Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control. El plan HACCP gestiona la seguridad alimentaria a través de la identificación, análisis y control de los peligros físicos, químicos, biológicos y radiológicos que puedan perjudicar a los alimentos. Inspecciona desde las materias primas, las etapas de proceso de elaboración, la distribución y el consumo del producto terminado. (global STD certification, 2014)

K. Turismo

Actividad que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerativa en el lugar visitado. (Congreso de la Republica, 2009)



L. Turista

Cualquier persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia habitual, que se queda por lo menos una noche en el lugar que visita, aunque no tenga que pagar por alojamiento, y cuyo principal motivo de viaje es el ocio, u ocupación del tiempo libre, negocios, peregrinaciones, salud, u otra, diferente a una actividad remunerada en el lugar de destino. (Congreso de la Republica, 2009)

M. Turismo gastronómico

El turismo gastronómico es una forma muy particular de hacer turismo, donde la gastronomía del país visitado es el hecho fundamental que guía la visita. Este tipo de turismo, se presenta hoy como otra alternativa. Es una forma muy particular de conocer el mundo, concentrada en las manifestaciones de la cultura culinaria de cada país.

No es únicamente para aquellas personas que aman comer, o que trabajan en el rubro (como pueden ser los cocineros o gourmets). De hecho, está dirigido sobre todo para aquellas Gastronómico es una nueva opción de aventura, no solo dirigido a todo tipo de personas. Aquel que esté dispuesto a vivir una aventura culinaria, probar cosas nuevas, explorar sabores, es perfecto para este tipo de viajes. (Labella, 2008)

N. Turismo receptivo

El turismo receptor engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor (OMT, 2008)



CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Alcance de estudio

Desde el punto de vista del alcance, la investigación es descriptiva, porque se busca especificar las características del producto gastronómico del distrito de Lucre, así como analizar cada uno de sus principales componentes que son: Atractivo Gastronómico, seguridad Gastronómica, calidad de servicio, infraestructura Gastronómica y demanda turística. (Hernández Sampieri, 2014)

3.2 Diseño de la investigación

Diseño No Experimental, porque no se hizo manipulación de las variables estudiadas y de corte transversal, porque la información es recogida sobre una base de periodo de tiempo específico. (Hernández Sampieri, 2014)

3.3 Población y muestra

3.3.1 Población

La población de la presente investigación está conformada por 23 Piscigranjas ,6 quintas restaurantes y 1 heladerías que se dedican a la actividad gastronómica haciendo un total de 30 establecimientos dedicados al expendio del producto gastronómico.

3.3.2 Muestra

La muestra utilizada para el trabajo de investigación fue la censal, la cual estuvo conformada por 30 empresarios dedicados a la actividad gastronómica en localidad de Lucre, estos datos fueron obtenidos de la Municipalidad Distrital de Lucre, en el año 2021

Según Hernández, Fernández & Baptista “La muestra es considerada censal cuando se selecciona a la totalidad de la población al ser un número considerable de individuos”.



N°	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO
1	La Fortaleza
2	La Esperanza
3	La Acomaina
4	Los Frutales
5	Sumaq Tika
6	Cristo Rey
7	San José
8	Alto Batan
9	El Callejón
10	Señor de Coyllorrity Sinakara Qolquepunku
11	Rosas Kancha
12	Villa María
13	Flor de Capuli
14	Rinconada I
15	La Victoria
16	La Escondida de Adán
17	Virgen del Carmen
18	La Luz del Paraíso
19	El Manante
20	Las Orquídeas
21	La Quebrada
22	El Suri
23	Rinconada II
24	Quinta restaurant Coquito
25	Quinta restaurant Tupananchispi
26	Quinta restaurante el Patito
27	Chicheria Doña Flora
28	Rinconcito Norteño
29	Quinta Lucre
30	Heladería

Fuente: Municipalidad distrital de Lucre

3.4 Técnicas de recolección de datos

La técnica que se utilizara para el recojo de los datos es el cuestionario que consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. (Chasteauneuf, 2009). Debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis (Brace, 2013). Para lo cual utilizaremos la escala de Likert para medir las actitudes. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014)



3.5 Plan de análisis de datos

Los datos obtenidos mediante la utilización de las técnicas del cuestionario antes mencionados, serán incorporados al programa computarizado “SPSS”; y con ellos se elaborarán informaciones en la forma de gráficos de pastel con ordenamientos de izquierda a derecha, de mayor a menor; y de barras, así como tablas, con precisiones porcentuales.

Se realizó el procesamiento de datos:

- a. Ordenamiento y clasificación.** - Esta técnica se aplicó para tratar la información cuantitativa en forma ordenada, de modo de interpretarla y sacarle el máximo provecho.
- b. Registro manual.** - Se aplicó esta técnica para digitar la información de las diferentes fuentes obtenidas de los documentos.
- c. Proceso computarizado se realizará con el programa SPSS versión 25.** - Para determinar diversos cálculos matemáticos y estadísticos de utilidad para la investigación.



CAPITULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Presentación y fiabilidad del instrumento aplicado

4.1.1 Presentación del instrumento

Para analizar realizar un adecuado diagnóstico del Producto Gastronómico en tiempos de pandemia Covid-19 en el distrito de Lucre – Cusco 2021, se realizó encuestas a 30 empresarios dedicados a la actividad gastronómica, el cual consto de 10 ítem distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 1
Distribución de los ítems del cuestionario

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems
Producto gastronómico	Atractivo gastronómico	Recurso gastronómico	1
		Variedad de platos	2
	Seguridad gastronómica	Sistema HACCP	3
		Protocolo sanitario de operación ante el Covid-19	4
	Calidad de servicio	Personal Calificado	5
		Nivel de satisfacción del cliente	6
	Infraestructura gastronómica	Edificaciones e instalaciones básicas	7
		Mobiliario y equipamiento	8
	Demanda turística	Nivel de motivación	9
		Gasto del turista	10

Nota: Elaboración propia

Para realizar la interpretación de las tablas y figuras estadísticas se utilizó la siguiente baremacion e interpretación de cada ítem.

Tabla 2
Descripción de la Baremación y escala de interpretación

Promedio	Escala de Interpretación
1,00 – 1,80	Muy malo
1,81 – 2,60	Malo
2,61 – 3,40	Regular
3,41 – 4,20	Bueno
4,21 – 5,00	Muy bueno

Nota: Elaboración propia



4.1.2 Fiabilidad del instrumento aplicado

Para determinar la fiabilidad del cuestionario utilizado en la descripción del diagnóstico del Producto Gastronómico en tiempos de pandemia Covid-19 en el distrito de Lucre – Cusco 2021. Se utilizó la técnica estadística “Índice de consistencia Interna Alfa de Cronbach”. El índice de consistencia interna Alfa de Cronbach, establece el valor a obtener luego de la aplicación del instrumento en la prueba piloto corresponderá a un valor entre 0 y 1, donde los valores cercanos a la unidad indican que el instrumento es fiable, con mediciones estables y consistentes. Por el contrario, si el valor está por debajo de 0.8 el instrumento que se está evaluando presenta una variabilidad heterogeneia en sus ítems y puede llevar conclusiones equivocadas. Para el trabajo de instigación se ha empleado la siguiente formula (Bolívar, 2002):

$$\alpha = \frac{k}{k - 1} \left[\frac{\sum Si^2}{St^2} \right]$$

Dónde:

α : Alfa de Cronbach

K: Número de ítem

Si: Varianza del instrumento

St2: Varianza de la suma de los ítem

Finalmente, comparar los resultados con datos de la siguiente tabla:

Tabla 3
Niveles de confiabilidad

Valores	Nivel
De -1 a 0	no es confiable
De 0.01 a 0.49	baja confiabilidad
De 0.50 a 0.75	moderada confiabilidad
De 0.76 a 0.89	fuerte confiabilidad
De 0.90 a 1.00	alta confiabilidad

Nota: nivel de confiabilidad estará dado por valores mencionados en Hogan (2004)

Para obtener el coeficiente de Alfa de Cronbach, se utilizó el software SPSS, cuyo resultado fue el siguiente:

Tabla 4
Estadística de fiabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,813	10

Nota: SPSS

4.2 Resultados de las dimensiones de la variable Producto Gastronómico

4.2.1 Atractivo gastronómico

Cuyo objetivo fue el identificar los efectos de la pandemia Covid-19 en los atractivos gastronómicos del distrito de Lucre, Cusco – 2021

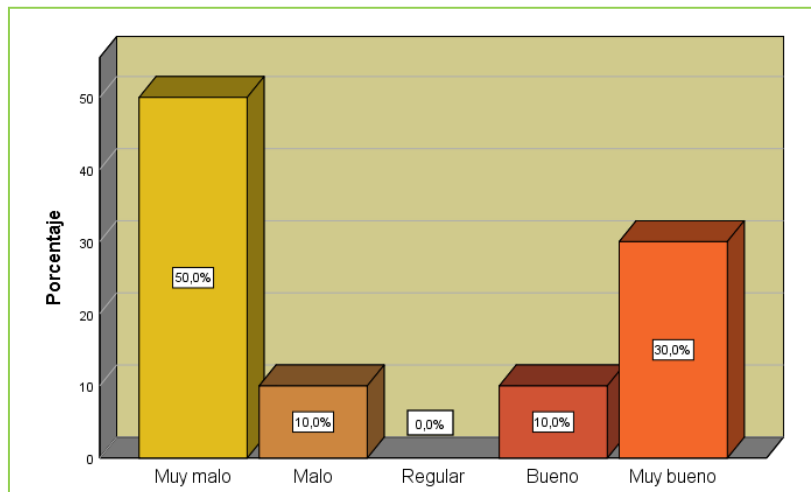
A. Recurso gastronómico

Tabla 5
Indicador recurso gastronómico

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Muy malo	15	50,0%
Malo	3	10,0%
Bueno	3	10,0%
Muy bueno	9	30,0%
Total	30	100,0%

Nota: SPSS

Figura 2
Indicador recurso gastronómico



Interpretación y análisis: De acuerdo a la tabla N° 5 y figura N° 1 respectivamente, se manifiesta que del 100% de personas encuestadas respecto al recurso gastronómico consideran un 50% que es muy malo, mientras un 10 % que es malo, un 10% que es bueno y por último un 30% considera que muy bueno. Se puede evidenciar que muchos



de los prestadores del producto gastronómico en el distrito de Lucre están afrontado una realidad distinta a de años anteriores, debido a que muchos de ellos cerraron sus puertas por meses y hoy en día están reactivándose de manera progresiva.

B. Variedad de platos

Tabla 6

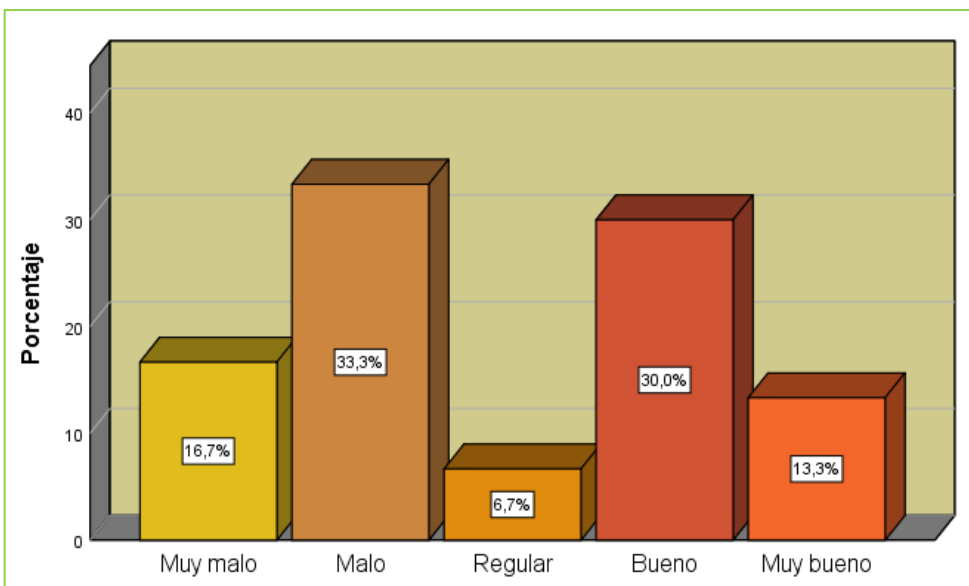
Indicador variedad de platos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Muy malo	5	16,7%
	Malo	10	33,3%
	Regular	2	6,7%
	Bueno	9	30,0%
	Muy bueno	4	13,3%
	Total		30

Fuente: SPSS

Figura 3

Indicador de variedad de platos



Interpretación y análisis: De acuerdo a la tabla N° 6 y figura N° 2 respectivamente, se manifiesta que del 100% de personas encuestadas respecto a la variedad de platos el 16,7% considera que es muy malo, un 33,3% que es malo, un 6,7% que es regular, mientras que un 30% consideran que es bueno y finalmente un 13,3% consideran que la variedad de platos es muy buena. Se puede evidenciar que los prestadores del producto gastronómico están divididos ya que muchos están conformes con la variedad de platos que ofrecen al público, y en la otra mitad considera que se debe de diversificar la variedad de platos con potajes procedentes de la localidad además manifiestan que les gustaría recibir capacitaciones para poder mejorar la variedad de los potajes que ofrecen

4.2.2 Seguridad gastronómica

Cuyo objetivo fue el identificar los efectos de la pandemia Covid-19 en la seguridad gastronómica del distrito de Lucre, Cusco – 2021

a. Sistema HACCP

Tabla 7

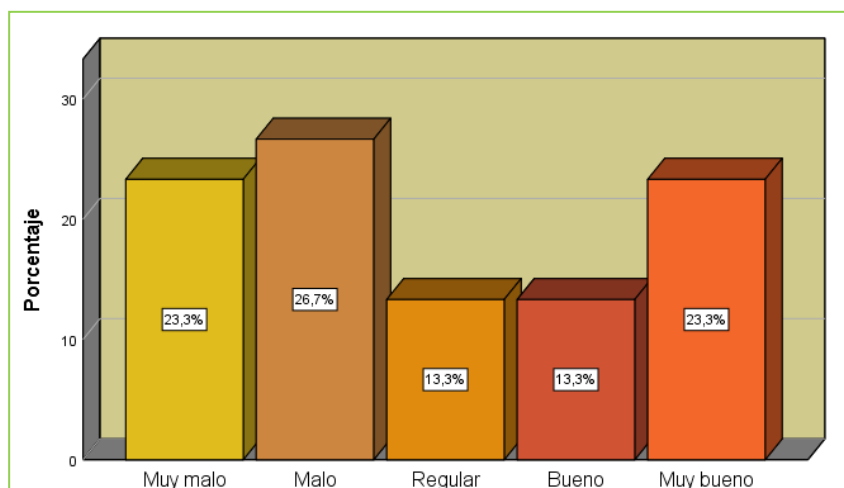
Indicador sistema HACCP

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Muy malo	7	23,3%
	Malo	8	26,7%
	Regular	4	13,3%
	Bueno	4	13,3%
	Muy bueno	7	23,3%
	Total		30

Nota: SPSS

Figura 4

Indicador Sistema HACCP



Interpretación y análisis: De acuerdo a la tabla N° 7 y figura N° 3 respectivamente, se manifiesta que del 100% de personas encuestadas respecto al sistema HACCP (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control) el 23,3% es muy mala, el 26,7% que malo, un 13,3% que es regular, mientras un 13,3% que es buena y por último el 23,3% manifiesta que muy bueno. Se puede evidenciar que muchos prestadores del producto gastronómico desconocen sobre el manejo del sistema HACCP por tal razón no aplican el análisis de posibles peligros en la manipulación y elaboración de los platos, así mismo, se pudo evidenciar que varios prestadores conocen o tiene noción del sistema.



b. Protocolo sanitario de operaciones ante el Covid-19

Tabla 8

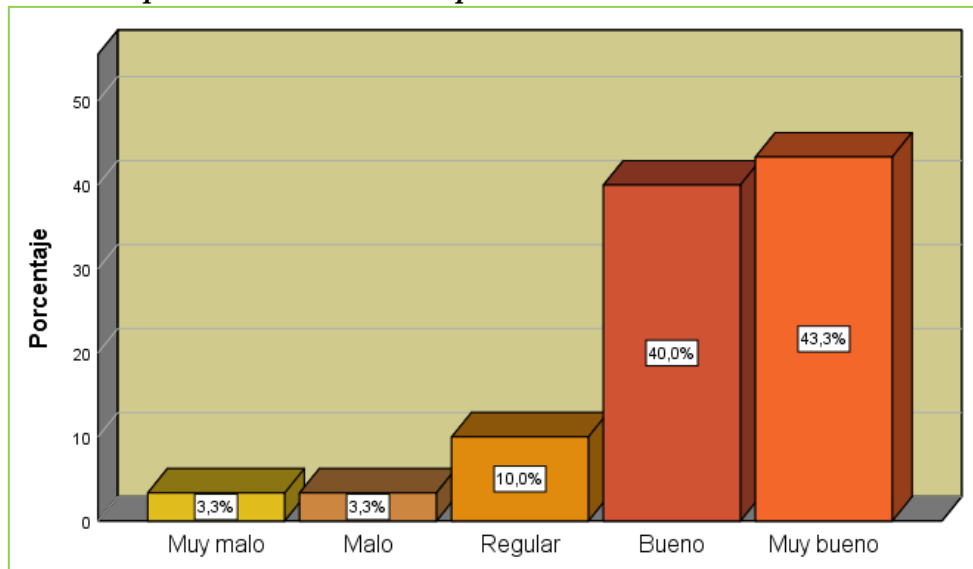
Indicador protocolo sanitario de operaciones ante el covid-19

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Muy malo	1	3,3%
	Malo	1	3,3%
	Regular	3	10,0%
	Bueno	12	40,0%
	Muy bueno	13	43,3%
	Total		30

Nota: SPSS

Figura 5

Indicador protocolo sanitario de operaciones ante el Covid-19



Interpretación y análisis: De acuerdo a la tabla N° 8 y figura N° 4 respectivamente, se manifiesta que del 100% de personas encuestadas respecto al protocolo sanitario de operaciones ante el Covid-19 el 3,3% es muy malo, el 3,3% que es malo, un 10% que es regular mientras un 40% que es bueno y por último un 43,3% que es muy buena. Se puede evidenciar de lo encuestado que la mayoría de los prestadores de producto gastronómico tiene conocimiento de los protocolos que es estado dispuso para restaurantes, además del aforo que debe tener sus establecimientos debido al distanciamiento social en tiempos de pandemia.

4.2.3 Calidad de servicio

Cuyo objetivo fue el identificar los efectos de la pandemia Covid-19 en la calidad de servicios del distrito de Lucre, Cusco – 2021

a. Personal calificado

Tabla 9

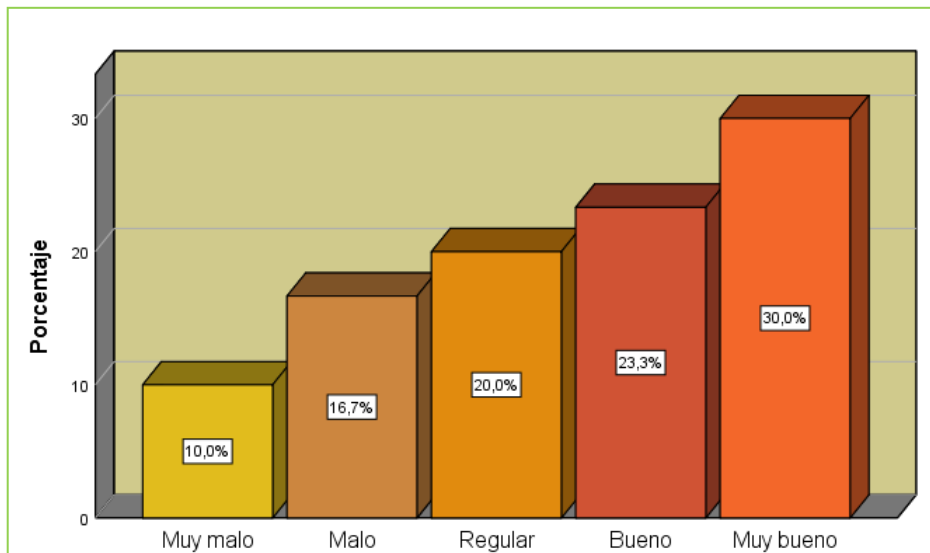
Personal calificado

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Muy malo	3	10,0%
	Malo	5	16,7%
	Regular	6	20,0%
	Bueno	7	23,3%
	Muy bueno	9	30,0%
	Total	30	100,0%

Nota: SPSS

Figura 6

Indicador calidad de servicio



Interpretación y análisis: De acuerdo a la tabla N° 9 y figura N° 5 respectivamente, se manifiesta que del 100% de personas encuestadas respecto a la calidad de servicio el 10% que es muy malo, el 16,7% que es malo, un 20% que es regular, mientras un 23,3% que es buena y por último un 30% que muy bueno. Se logra evidenciar que de las encuestas que los prestadores del producto gastronómico sienten que el servicio que prestan es óptimo, pero una gran mayoría coincide en que se puede mejorar la forma como se presta el servicio a los clientes, se podría realizar una capacitación con temas relacionados a calidad.

b. Nivel de satisfacción del cliente

Tabla 10

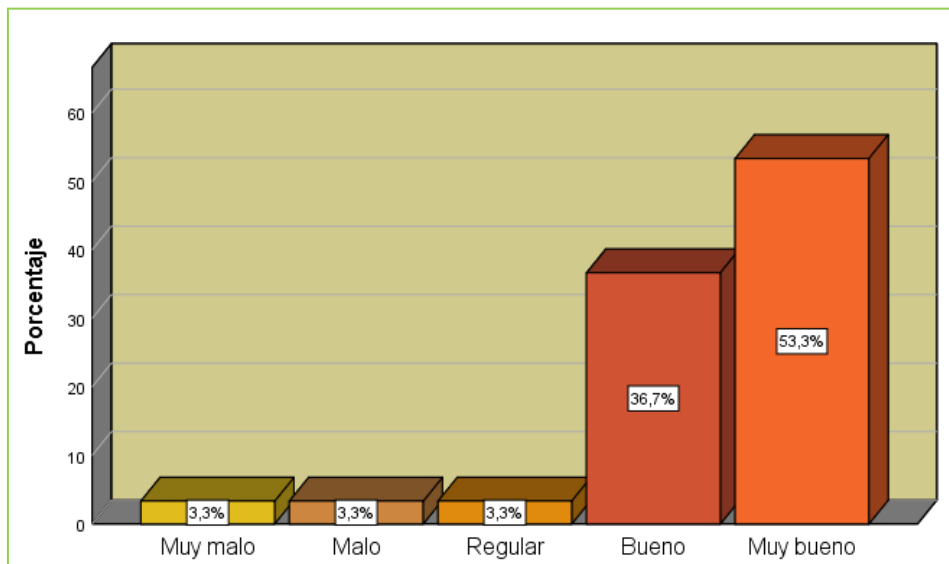
Indicador nivel de satisfacción del cliente

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Muy malo	1	3,3%
Malo	1	3,3%
Regular	1	3,3%
Bueno	11	36,7%
Muy bueno	16	53,3%
Total	30	100,0%

Nota: SPSS

Figura 7

Indicador nivel de satisfacción del cliente



Interpretación y análisis: De acuerdo a la tabla N° 10 y figura N° 6 respectivamente, se manifiesta que del 100% de personas encuestadas respecto al nivel de satisfacción del cliente el 3.3% respondieron que es muy malo, un 3,3% que es malo, un 3,3% que regular, mientras un 36,7% que es bueno y por ultimo un 53,3% que es muy bueno. Se puede evidencia de las encuestas que una gran mayoría de prestadores del producto gastronómico consideran que los clientes que visitan sus locales quedan satisfechos con el producto que ellos ofrecen, aun así, manifiestan que se puede mejorar la experiencia.

4.2.4 Infraestructura gastronómica

Cuyo objetivo fue el identificar los efectos de la pandemia Covid-19 en la infraestructura gastronómica del Distrito de Lucre, Cusco – 2021

a. Edificaciones e instalaciones

Tabla 11

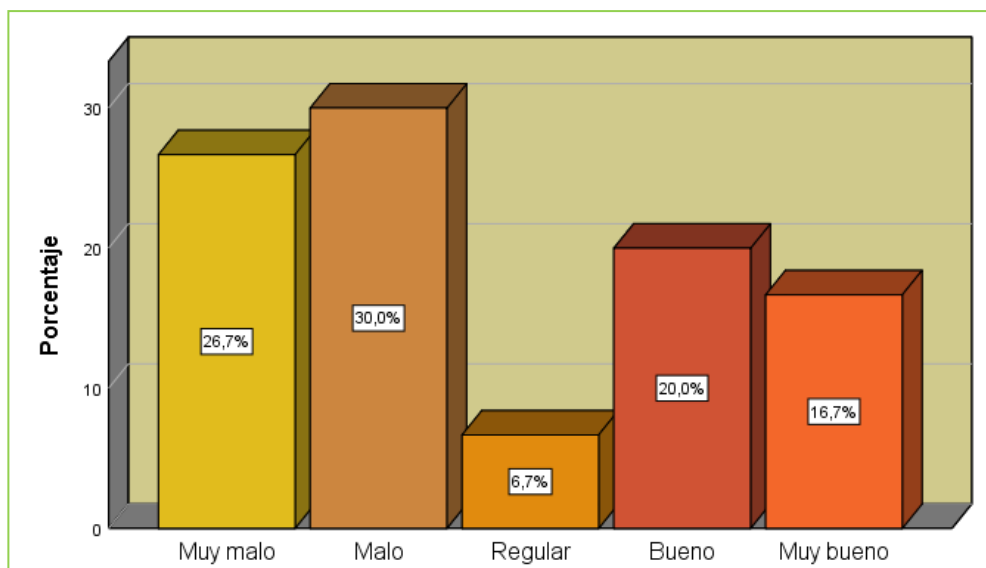
Indicador educaciones e instalaciones

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Muy malo	8	26,7%
	Malo	9	30,0%
	Regular	2	6,7%
	Bueno	6	20,0%
	Muy bueno	5	16,7%
	Total		30

Nota: SPSS

Figura 8

Indicador edificaciones e instalaciones



Interpretación y análisis: De acuerdo a la tabla N° 11 y figura N° 7 respectivamente, se manifiesta que del 100% de personas encuestadas respecto a las edificaciones e instalaciones respondieron el 26,7% que es muy malo, un 30% que es malo, un 6,7% que es regular, mientras un 20% que es buena y por ultimo un 16,7% que es muy bueno. Se puede evidenciar de lo encuestado que los prestadores del producto gastronómico se encuentran divididos, mientras la mitad piensa que la infraestructura e instalaciones son deficientes, otros están conformes con las edificaciones e instalaciones que poseen.

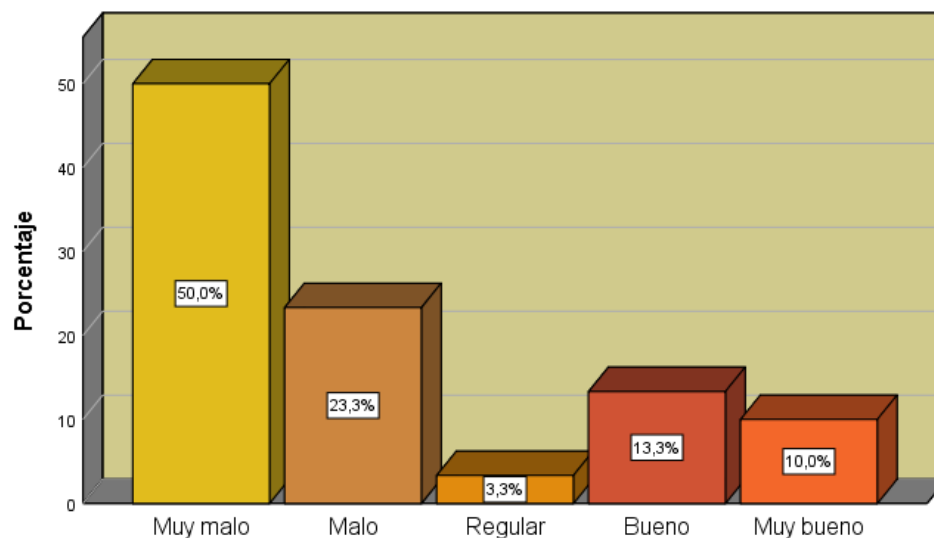
b. Mobiliario y equipamiento

Tabla 12
Indicador mobiliario y equipamiento

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Muy malo	15	50,0%
	Malo	7	23,3%
	Regular	1	3,3%
	Bueno	4	13,3%
	Muy bueno	3	10,0%
	Total		30

Nota: SPSS

Figura 9
Indicador mobiliario y equipamiento



Interpretación y análisis: De acuerdo a la tabla N° 12 y figura N° 8 respectivamente, se manifiesta que del 100% de personas encuestadas respecto al mobiliario y equipamiento respondieron el 50% que es muy malo, un 23,3% que es malo, un 3,3% regular, mientras un 13,3% que es bueno y por ultimo un 10% que es muy bueno. Se logra evidenciar de lo encuestado que la gran mayoría de los prestadores del producto gastronómico se sienten inconformes con el mobiliario y equipamiento en sus locales, manifiestan que les gustaría mejorar pero que no cuentan con la inversión necesaria para poder realizar dichos cambios.

4.2.5 Demanda turística

Cuyo objetivo fue el identificar los efectos de la pandemia Covid-19 en la demanda turística del distrito de Lucre, Cusco-2021.

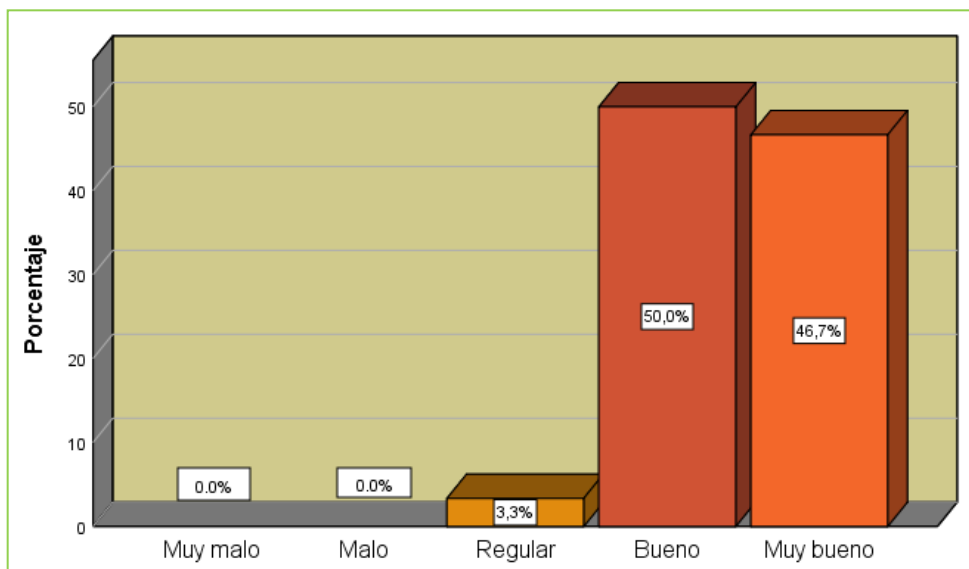
a. Nivel de motivación

Tabla 13
Indicador nivel de motivación

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Regular	1	3,3
	Bueno	15	50,0
	Muy bueno	14	46,7
	Total	30	100,0

Nota: SPSS

Figura 10
Indicador nivel de motivación



Interpretación y análisis: De acuerdo a la tabla N° 13 y figura N° 9 respectivamente, se manifiesta que del 100% de personas encuestadas respecto al nivel de motivación respondieron 3,3% que es regular, mientras un 50% que es buena y por último el 46,7% que muy buena. Se logra evidenciar de las encuestas que la gran mayoría de los prestadores del producto gastronómico coinciden que Lucre posee diversos atractivos los cuales son fuente de motivación para que el visitante vaya al distrito, además de los platos típicos que se ofrecen en el lugar.

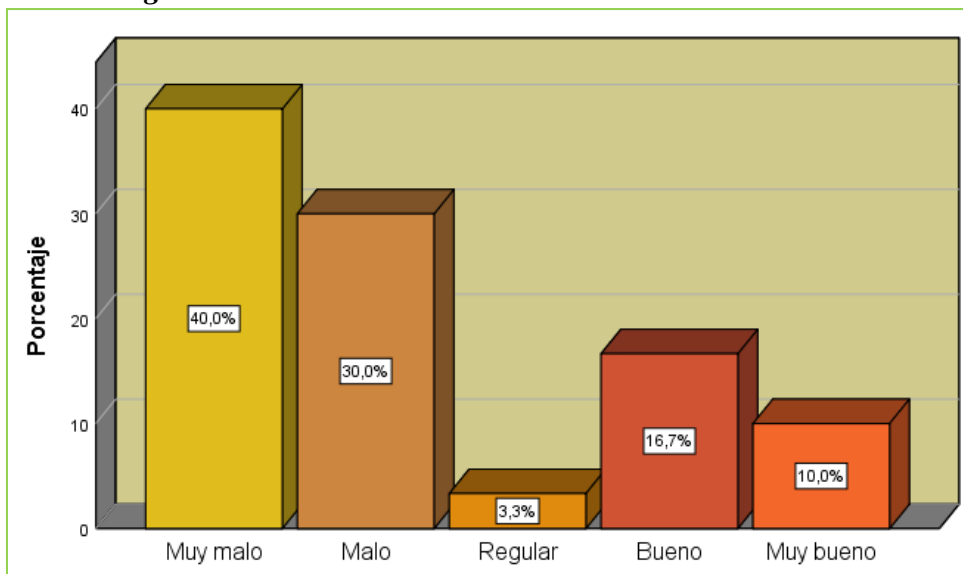
b. Gasto del turista

Tabla 14. Indicador gasto del turista

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Muy malo	12	40,0%
	Malo	9	30,0%
	Regular	1	3,3%
	Bueno	5	16,7%
	Muy bueno	3	10,0%
	Total	30	100,0%

Nota: SPSS

Figura 11
Indicador gasto del turista



Interpretación y análisis:

Como se puede observar en la tabla N° 14 y figura N° 10 respectivamente, se manifiesta que del 100% de personas encuestadas respecto al gasto de los turistas respondieron el 40% es muy malo, el 30% que es malo, un 3,3% que es regular, mientras un 16,7% que es bueno y por ultimo un 10% que es muy malo. Se logra evidenciar de las encuestas que a raíz de la pandemia mundial Covid-19 muchos prestadores del producto gastronómico disminuyeron sus ventas de manera crítica y que los ingresos que ellos perciben en la actualidad no es igual a años anteriores. Además, manifiestan que los ingresos que perciben no alcanzan para pagar los servicios básicos.

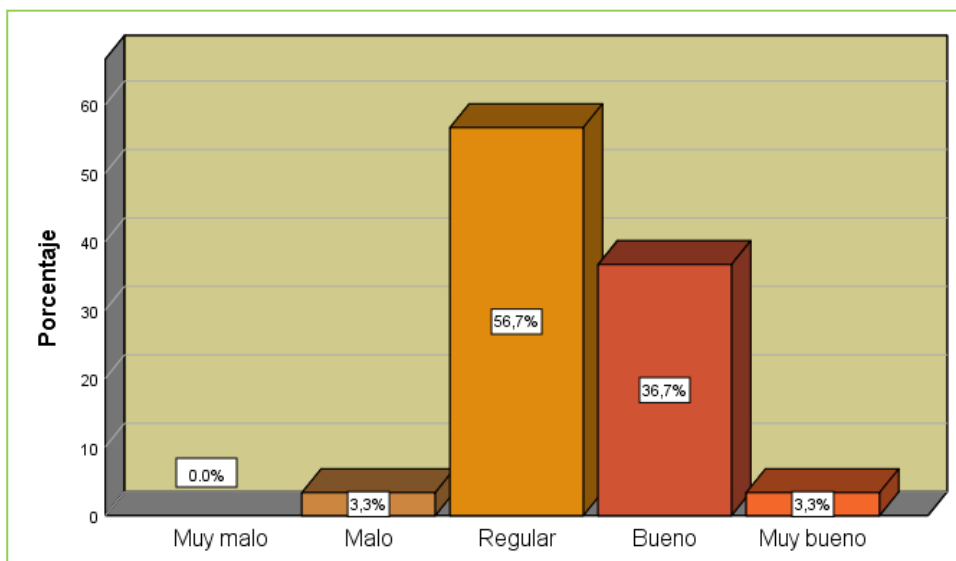
4.3 Resultado de la variable Producto Gastronómico

Tabla 15. Variable producto gastronómico

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Malo	1	3,3%
	Regular	17	56,7%
	Bueno	11	36,7%
	Muy bueno	1	3,3%
	Total	30	100,0%

Nota: SPSS

Figura 12
Variable producto gastronómico



Interpretación y análisis: El producto gastronómico es un componente muy importante para el desarrollo de la actividad turística, que comprende atractivo gastronómico, seguridad gastronómica, calidad de servicio, infraestructura gastronómica y demanda turística, los cuales fueron analizados en el contexto Covid-19. De acuerdo a la tabla N°15 y figura N°11 respectivamente, se manifiesta que del 100% de personas encuestadas respecto la variable Producto gastronómico respondieron el 3,3% que es malo, el 56,7% que es regular, mientras el 36,7% que es bueno y por último el 3,3% que es muy bueno. Se logra evidenciar que el producto gastronómico del distrito de Lucre no presentan resultados alentadores durante el desarrollo de la actividad en contexto Covid-19, pero a pesar de lo evidenciado se puede manifestar que el producto gastronómico mejorara paulatinamente.



CAPITULO V

DISCUSIÓN Y PROPUESTAS

5.1 DISCUSIÓN

a. Descripción de los hallazgos más relevantes

Después de haber realizado el procesamiento de los datos recolectados utilizando el instrumento de encuestas se confirma que si “Existe una relación directa entre la pandemia COVID-19 y el producto gastronómico del distrito de Lucre, Cusco-2021”, como se observa en la tabla N°15 donde el 56.7% respondieron que es regular con lo que podemos aseverar que la pandemia COVID-19 ha afectado significativamente al producto gastronómico y a cada uno de sus componentes como es atractivos gastronómicos, seguridad gastronómica, calidad de servicio, infraestructura gastronómica y la demanda turística. Se evidencia la disminución de la afluencia de comensales a los restaurantes, muchos de los restaurantes tuvieron que cerrar sus puertas dedicándose a otras actividades económicas las cuales solvente la canasta familiar de sus hogares; se evidencia también que varios restaurantes tuvieron que reducir el número de empleados, reducir la diversidad de platos. Por esta razón se debe implementar propuestas que ayuden a reactivar la economía en dicho producto.

Los atractivos gastronómicos del distrito de Lucre, para esta dimensión tenemos 2 indicadores, el primero es recurso gastronómico se aprecia en la tabla N°5 donde el 50% de los encuestados manifestaron que es muy malo, como segundo indicador tenemos variedad de platos se parecía en la tabla N°6 donde el 33,3% manifestó que es malo y 30% que es bueno, se evidencia que el distrito de Lucre cuenta con los recursos necesarios para la elaboración de un sin fin de platos, pero debido a la pandemia COVID-19 se vieron en la necesidad de reducir la variedad de estos, debido a que el estado declaró el estado de emergencia al país, implantado ciertas medidas restrictivas a los restaurantes.



La seguridad gastronómica esta dimensión posee 2 indicadores, el primero es sistema HACCP se aprecia en la tabla N°7 donde el 23,3% es muy malo y el 26,7 % muy bueno, con estos resultados evidenciamos que los empresarios gastronómicos no poseen mucho conocimiento de los protocolos, gestiones que se deben de hacer para el manejo de los insumos al momento de la elaboración de los platos, también se evidencia el desconocimiento de dichos protocolos por falta de capacitaciones del personal; el segundo indicador se tiene protocolo sanitario de operaciones ante el covid-19 se aprecia el a tabla N°8 donde el 40% manifestó que es bueno y el 43,3% que es muy bueno, se evidencia que los establecimientos de expendio del producto gastronómico no conocen sobre el reglamento y las medidas que se debe de tomar contra el COVID-19 como el aforo a los locales, distanciamiento social, limpieza y desinfección, el uso de EPP del personal, manejo de insumos.

Calidad de servicios para esta dimensión se tiene 2 indicadores, el primero es personal calificado se puede apreciar en la tabla N°9 donde el 30% manifiestan que es muy bueno, se evidencia que los empresarios consideran que la preparación de su personal es la adecuada a la hora de interactuar con el cliente, cumplen con todas la medidas preventivas sanitarias y las definidas por cada restaurante en todos los procesos operativos para prevenir el contagio del COVID-19; como segundo incidir tenemos nivel de satisfacción del cliente este se aprecia en la tabla N°10 donde el 53,3% de los encuestados que es muy bueno, lo cual evidencia que los visitantes al distrito de Lucre están totalmente satisfechos con el producto gastronómico que el distrito, pero que manifiestan que no existe un variedad en los platos que se ofrecen, que gustaría mucho de experimentar nuevos potajes y bebidas.

La infraestructura gastronómica este dimensión posee 2 indicadores, el primero es edificaciones e instalaciones se aprecia en la tabla N°11 donde el 30% manifiestan que es



malo, un 26,7% que es muy malo, se puede apreciar que los empresarios no están satisfechos la planta turística que poseen debido a que muchos establecimientos están hechos de manera rustica, sin ninguna supervisión de algún especialista en temas de arquitectura y distribución de espacios; como segundo indicador se tiene a mobiliario y equipamiento se aprecia en la tabla N°12 donde el 50% de los encuestados manifiestan que muy mala, con lo que se logra evidenciar que varios establecimientos no cuentan con un adecuado equipamiento, ni mobiliario necesario para brindar un adecuado servicio.

La demanda turística esta dimensión posee 2 indicadores, el primero es nivel de motivación se aprecia en la tabla N°13 que el 50% de los encuestados manifiestan que bueno y el 46,7% que es muy bueno, con lo que se puede manifestar que Lucre es un distrito que posee varios atractivos los cuales son fuente de motivación para que los visitantes visiten este distrito, los cuales deben ser aprovechados y explotar mejor provecho a favor de la población; segundo indicador es gasto del turista se aprecia en la tabla N°14 donde el 40% de los encuestados manifiestan que es muy malo, que debido a la pandemia COVID-19 el arribo de cliente disminuyo de manera significativa, ya que el gobierno dicto ciertas medidas restrictivas como el confinamiento de las personas, cierre de los aeropuertos, con lo cual se redujo el número de visitantes al distrito, además que no están dispuestos a pagar más de lo que ellos consideran es lo justo por el servicio.

b. Limitaciones del estudio

- ❖ Debido a la pandemia mundial Covid-19 el gobierno decreto en estado de emergencia el país el cual limito el acceso a bibliotecas, lo cual dificultando la recopilación de información para realizar la investigación en cuanto a los antecedentes, bases teóricas y marco conceptual.
- ❖ Se tuvo dificultades durante de la recolección de datos en campo, debido a la pandemia.



- ❖ Por las medidas de restricción dispuesta por el estado de emergencia, hay una desconfianza por parte de los pobladores, hacia personas foráneas de la zona

c. Comparación crítica con la literatura existente

Según Huerata (2012) en su investigación titulada "Una cocina en búsqueda de identidad, representaciones de la gastronomía de Baja California" donde sostiene que la creación de una ruta gastronómica se da por la búsqueda de una identidad y que esta tarea debe de ser asumido por los encargados de la actividad turística. Con esto podemos afirmar que para que el producto gastronómico del distrito de Lucre puede desarrollarse y crecer, es fundamental que el gobierno local y los apertadores turísticos realicen acciones que fomenten la visita al distrito de Lucre.

Según Guardiola (2018) en su investigación titulada "La sostenibilidad del turismo gastronómico y la implementación de un plan acertado para los pueblos de cabo rojo y lajas, Puerto Rico" donde manifiesta que el turismo gastronómico tiene un impacto en términos socioeconómicos de una determina región, además de ser una oportunidad de negocio, el cual contribuye a la creación de empleos. Entonces se confirma esta afirmación del autor respecto a los resultados obtenidos, en esta investigación, debido a que la gran mayoría coincide que el producto gastronómico del distrito de Lucre es fuente de ingresos económicos para cada familia de manera directa e indirecta, además de ser fuente de desarrollo para la localidad.

Quiros (2014) en su investigación titulada "Factibilidad de una ruta gastronómica para los distritos de Pimentel, Santa Rosa y San José en el departamento de Lambayeque. Enero - marzo 2014" donde manifiesta que el diseño de una ruta gastronómica es de vital importancia ya que impulsa el desarrollo de las localidades dedicadas a la actividad, el cual provee de una mejor calidad de vida para la población, por ultimo se manifiesta que la venta del recurso gastronómico genera ingresos económicos. Entonces se confirma esta



afirmación del autor respecto a los resultados obtenidos, ya que la gran mayoría de los encuestados coinciden que el producto gastronómico del distrito es una gran fuente de ingresos para los pobladores, con dichos ingresos cada poblador podrá mejorar las edificaciones, infraestructura, mobiliario y equipamiento de sus establecimientos, el cual hará que la demanda del producto mejore.

Gonzales & Apumayta (2012) en su investigación titulada “Atractivos gastronómicos de la provincia de Anta para el incremento del turismo interno” donde manifiestan que los atractivos gastronómicos son capaces de generar una nueva corriente de tipo gastronómico del turismo interno, además de ser una buena alternativa de desarrollo turístico en la región del Cusco. Entonces se confirma esta afirmación del autor respecto a los resultados obtenidos que el producto gastronómico por sí mismo posee una alta fuente de motivación para ser visitado, así mismo, este recurso genera desarrollo de la actividad turista en el distrito de Lucre y la región del Cusco.

Por último, se tiene a Condori & Quispe en su investigación titulada “Turismo Gastronómico en el Valle Sur para diversificar la oferta turística del Centro receptor Cusco” donde manifiestan que la venta de platos típicos en el Valle Sur se ha convertido en un forma de ingreso familiar, además de ser fuente generadora de motivación para los turistas extranjeros por poseer un gran potencial natural y cultural, las cuales son capaces de incrementar la oferta y demanda del mercado. Entonces se confirma esta afirmación del autor respecto a los resultados obtenidos que la actividad turística el valle Sur y por ende el distrito de Lucre poseen un gran potencial para ser explotado.

d. Implicancias Del Estudio

La investigación es importante porque permitirá a los prestadores de producto gastronómico a involucrarse nuevamente en la actividad turística teniendo en cuenta los protocolos de bio seguridad y complementándola con nuevas técnicas, conocimientos de



calidad y de seguridad al momento de la manipulación de los alimentos. La investigación tiene como implicancia metodológica conocer en qué medida se vio afectada el producto gastronómico en el distrito de Lucre, en relación a años anteriores.

5.2 PROPUESTAS

PROPUESTA N°1

Curso de atención y servicio al cliente e implementación de modelo de gestión de inocuidad y buenas prácticas de manufacturación HACCP

A. Localización

Municipalidad distrital de Lucre, Provincia de Quispicanchis, Departamento de Cusco.

B. Objetivos

- Formar a los participantes en la implementación, verificación, sostenimiento, mejora continua y prevención de la seguridad e inocuidad alimentaria.
- Contar con pobladores que atiendan a sus clientes adecuadamente que adopten aptitudes profesionales de servicio al cliente y que estén constantemente capacitándose valorando la actividad turística como fuente de desarrollo.
- Equipar a los participantes en conceptos, conocimientos, habilidades, destrezas, aptitudes y valores que permitan optimizar la inocuidad y seguridad alimentaria.
- Generar compromiso con la calidad alimentaria y la responsabilidad social que implica la salud pública y los alimentos.
- Incorporar conceptos técnicos y de normatividad legal de manera tal que se puesta en acción desarrollo efectos de calidad y productividad.
- Formar y entrenar a los participantes para que ellos puedan verificar, auditar y mantener en excelencia su sistema de inocuidad y seguridad alimentaria.



- Conocer y aplicar la gestión ambiental vigente y mitigar impactos ambientales que puedan afectar a la comunidad y al ambiente.

C. Justificación.

La promoción de los atractivos turísticos es elemental para el incremento de afluencia de los visitantes en la zona, por ende, la propuesta pretende captar el interés en los turistas que desean experimentar nuevas alternativas de turismo gastronómico y desean vivir una nueva forma de comer y beber el cual proporciona el turismo gastronómico.

D. Descripción de la propuesta

El turismo constituye una de las actividades con mayor crecimiento en la economía peruana, trayendo consigo el desarrollo empresarial y laboral; donde cada vez se requiere personal capacitado de acuerdo a las exigencias del sector, más aún en las zonas tradicionales, como lo es el distrito de Lucre, donde ha crecido las expectativas por realizar un turismo gastronómico que permita la participación de los pobladores en la difusión, preservación y prestación de óptimos servicios turísticos

Un excelente producto o servicio hace posible que el cliente tenga altas expectativas, pero si el servicio personal es deficiente y no satisface sus necesidades, el cliente nunca más volverá al establecimiento. Una vez que se haya logrado captar al cliente, la labor de todo empresario es asegurarse que el cliente cree un vínculo bueno con el restaurante, para lograrlo se debe otorgar al cliente un servicio con la calidad tal que logre satisfacerlo y retenerlo con respecto a la competencia.

Si el empresario desea que su empresa marche por buen camino, primero debe de realizar acciones dentro de sus establecimientos que impulsen el desarrollo. Este programa está fundamentado en la necesidad de las empresas del sector alimentos para aplicación de buenas prácticas de manufactura (BPM)



E. Metodología

Para el cumplimiento de las metas se propone plantear estrategias de orden prioritario, las cuales son:

- Estrategias de elaboración de nuevos servicios o elevar la calidad del servicio ofertado.
- Estrategia de precio del paquete turístico, ya que se propone promocionar precios accesibles al público turista.

F. Resultados esperados de la propuesta:

Con el desarrollo de la propuesta se espera:

- Reconocer las exigencias del mercado actual como son la calidad de atención y el servicio al cliente, el cual es de vital importancia para que los restaurantes sean más exitosos.
- Identificar los ajustes de aptitud y de valores humanos que se deben desarrollar para ofrecer una calidad de atención y satisfacer las necesidades del cliente
- Aplicar técnicas y métodos más recurrentes para atender y servir con calidad los diferentes tipos de clientes.
- Establecer soluciones y propuestas para conseguir la satisfacción del cliente.
- Conocer e implementar un modelo de gestión de inocuidad y de buenas prácticas en la elaboración del producto gastronómico como es el sistema HACCP.
- Incremento de afluencia de turistas en la zona.
- Generar la seguridad y confianza en los turistas que deseen vivir una experiencia, los cuales deberán llenar las expectativas y satisfacer las necesidades de los visitantes.

G. Presupuesto



Rubros	Ítems	Monto monetario
Auditorio	Auditorio municipalidad de Lucre	S/ 00.00
Recursos humanos	Capacitador	S/ 500.00
	Asistente	S/ 300.00
Publicidad	Banner publicitario	S/ 50.00
Materiales e insumos, servicios y gastos operativos.	Lapicero	S/ 5.00
	Papel bon	S/ 15.00
	Movilidad	S/ 100.00
	Viáticos	S/ 200.00
	Coffee Break	S/ 400.00
TOTAL		S/ 1520.00

PROPUESTA N° 2

Mejoramiento de las instalaciones para cumplir con las medidas de Bio seguridad frente al Covid-19, en el distrito de Lucre

A. Fundamentación

El mejoramiento de la calidad de servicio garantiza la seguridad y confianza en los visitantes, ya que se deben de cumplir las medidas de seguridad establecidas por el Estado con el objetivo de brindar un servicio satisfactorio y proteger al turista ante un contagio.

B. Objetivos

Acondicionar las instalaciones donde se efectúa el servicio, instalando la señalética correspondiente para el cumplimiento de las medidas de seguridad.

Incluir en el plan de actividades las acciones que garanticen la limpieza de forma permanente en las rutas ofertadas.

Aplicar las medidas específicas de vigilancia en los visitantes en el control de temperatura corporal.

C. Responsables

- Municipalidad Distrital de Lucre.
- Empresarios gastronómicos.

D. Resultado



Después de haber realizado la propuesta se espera:

- Mejora en calidad de servicio turístico.
- Conocimiento sobre las medidas de seguridad y aplicación del plan de acciones.
- Implementación de señalética de las medidas de seguridad en la ruta turística.

E. Presupuesto

Rubros	Items	Monto monetario
Auditorio	Auditorio municipalidad de Lucre	S/ 00.00
Recursos humanos	Capacitador en temas de bioseguridad	S/ 500.00
	Asistente	S/ 300.00
Publicidad	Banner publicitario	S/ 50.00
Materiales e insumos, servicios y gastos operativos.	Lapicero	S/ 5.00
	Papel bon	S/ 15.00
	Movilidad	S/ 100.00
	Viáticos	S/ 200.00
	Coffee Break	S/ 400.00
	Alcohol	S/ 400.00
	Jabón liquido	S/ 400.00
	Stickers informativos	S/ 100.00
	Cintas de emergencia	S/ 100.00
TOTAL		S/ 2170.00



CONCLUSIONES

Conclusión general

En la investigación se realizó un análisis minucioso sobre los efectos que la pandemia COVID-19 ha provocado en el producto gastronómico de Lucre, actualmente el distrito viene sufriendo una caída de la demanda de turistas, se evidencia que muchos de los empresarios se vieron en la necesidad de cerrar sus restaurantes, dedicándose a otras actividades las cuales les genere otras fuentes que sustenten sus canastas familiares. Otro efecto que se logró evidenciar es que el producto gastronómico del distrito de Lucre no cuenta con las medidas necesarias para recibir gran afluencia de turistas, como son un debido equipamiento, mobiliario, infraestructura, seguridad gastronómica y las medidas sanitarias óptimas.

Conclusiones específicas

Primero. Se concluye que el 50% de la población encuestada indica que el recurso gastronómico es muy malo, ya que se encuentra limitado debido a que muchos establecimientos se encuentran cerrados, puesto que los empresarios indicaron que no brindan sus servicios por la coyuntura de la pandemia, con la finalidad de cumplir las medidas de protección hacia la población; así mismo el 16,7% afirman que la variedad de platos es muy malo, consideran que debido a la pandemia se vieron forzados a disminuir la diversidad de platos a solo 3 o 4, por esta razón consideran que muchos visitantes no se encuentran satisfechos.

Segundo. Se concluye que el 23,3% de los empresarios gastronómicos consideran que el uso de sistema HACCP es muy malo, debido al desconocimiento de muchos de ellos; además un 43,3% consideran que los protocolos sanitarios de operaciones ante el covid-19 es muy malo, afirman que varios



establecimientos no cuentan con la debida implementación de los protocolos ante el covid-19 con lo que se pone en total vulnerabilidad a los clientes que visitan estos establecimientos.

Tercero. Se concluye que el 30% consideran que el personal calificado que atienden en los establecimientos es muy malo, muchos de ellos no poseen una instrucción mínima para realizar el trabajo; además el 53,3% consideran que el nivel de satisfacción de los clientes es muy malo en tiempo de pandemia, debido a varios factores como son infraestructura, personal, variedad de platos, mobiliario, entre otros, los cuales hacen que muchos clientes ya no regresen.

Cuarto. Se concluye que el 16,7% consideran que las edificaciones e infraestructura es muy mala en el distrito de Lucre, se debe a que varios establecimientos están hechos de manera improvisada y no tienen un adecuado manejo de espacios; además el 10% indican que el mobiliario y equipamiento es muy malo con lo que se concluye que los empresarios no están invirtiendo en este tema porque se vieron afectados por la pandemia, lo cual ocasiono que sus ingresos disminuyeran y no tengan ingresos para mejorar este aspecto.

Quinto. Por último, se concluye que el nivel de motivación es muy bueno con el 46,7% ya que el distrito de Lucre cuenta con varios atractivos culturales y naturales, además del gastronómico; además el 10% de los encuestados manifiesta que el gasto que realiza un visitante en el distrito es muy malo, debido a la pandemia covid-19, debido a que muchos de los clientes ya no poseen la misma capacidad de ingresos por lo cual no gastan como antes de la pandemia.



RECOMENDACIONES

Recomendación general

Se recomienda a los entes encargados de la actividad turística en el distrito de Lucre realizar un plan concertado que ayude a los empresarios a implementar las medidas sanitarias frente al COVID-19, que promocióne el producto gastronómico para que de esta manera contribuir al desarrollo de un turismo gastronómico, de tal manera que se logre un posicionamiento en el mercado interno y externo; Así mismo se recomienda a los empresarios realizar inversiones en cada uno de sus establecimientos en temas relacionados a infraestructura gastronómica.

Recomendaciones específicas

- Primero. Se recomienda a los pobladores mejorar la variedad de platos con el uso de productos andinos, lo cual lograra que el recurso gastronómico se diversifique lo cual generaría que los visitantes quieran probar estos nuevos potajes.
- Segundo. Se recomienda a los expendedores del producto gastronómico recibir algún tipo de capacitación sobre temas relacionados de la inocuidad en el proceso de elaboración de los platos típicos, así mismo tener conocimientos de las nuevas medidas de bio seguridad que se vienen implantando en el sector alimentario impuestas por el gobierno central, como es el aforo, uso de doble mascarilla, lavar las manos antes de ingresar al establecimiento, uso del pediluvio, entre otros.
- Tercero. Se recomienda a los empresarios gastronómicos realizar un proceso de selección adecuado a la hora de contratar personal o realizar una capacitación de su personal en temas relacionados de atención al público, así mismo se recomienda poner mayor énfasis en la atención de los clientes



par que lo cliente tengas una buena experiencia, lo que generara que se cree un vínculo de fidelidad con el establecimiento.

- Cuarto. Se recomienda a los empresarios gastronómicos realizar una inversión en las edificaciones e infraestructura, mobiliario y equipamiento, para que de esta manera los clientes se sientan cómodos dentro de las instalaciones.
- Quinto. Por último se recomienda a la municipalidad distrital de Lucre realizar campañas de promoción de este destino, además de crear una asociación de todos los expendedores del producto gastronómico con lo que se podría unificar el precio de los platos para que no exista una desleal competencia entre ellos; también se recomienda a la municipalidad realizar capacitaciones a los expendedores para que se involucre en la actividad turística, el cual es fuente ingresos de manera directa e indirecta a cada uno de los pobladores.



BIBLIOGRAFÍA

- Arellano Marketing. (2010). *Impacto de nuestra gastronomía*. Lima.
- Congreso de la Republica. (2009). *Ley general de turismo N°29408*. Lima: Diario El Peruano. Obtenido de http://apoturperu.org/wp-content/uploads/2014/11/LEY_GENERAL_DE_TURISMO_LEY29408.pdf
- Crosby, P. (1960). *La organización permanece exitosa*. México: Mc. GrawHill.
- Fude by educativo. (2017). *Seguridad e higiene gastronómica*. Obtenido de <https://www.educativo.net/articulos/seguridad-e-higiene-gastronomica-851.html>
- Global STD certification. (13 de Agosto de 2014). *Guia HACCP*. Obtenido de <https://www.globalstd.com/blog/que-es-haccp-guia-de-principios-y-beneficios/>
- Grupo Verona. (16 de Julio de 2020). *¿Cómo se ha vivido la pandemia en los restaurantes del Perú?* Obtenido de <https://grupoverona.pe/como-se-ha-vivido-la-pandemia-en-los-restaurantes-del-peru/>
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (Quinta ed.). Mexico: Mc Graw Hill.
- Iturrall Vallejos, J. (2014). *Turismo gastronómico: La gestión de las DMOs en la promoción en línea de gastroregiones europeas*. Universidad de Giorona, Giorona.
- Labella, P. (2008). *Turismo gastronómico*. Obtenido de <https://www.vix.com/es/imj/mundo/2008/11/20/turismo-gastronomico>
- Lloréns, F., & Fuentes, M. (2005). *Calidad total: fundamentos e implantación*. Madrid, España: Pirámide.
- Lloza Isenrich, E. (1992). *Picanterías Cusqueñas realidad de una tradición*. Cusco.
- Malazon, E. (1992). Turismo gastronómico y turismo de masas: La satisfacción de turistas con la alimentación que reciben. *Investigación turística*.



- Mamani, W. (24 de noviembre de 2016). *Asesores en turismo*. Obtenido de Demanda Turística: <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/#:~:text=la%20demanda%20tur%C3%ADstica%20se%20define,los%20consumidores%20est%C3%A1n%20dispuestos%20a>
- Maralbell, A., Arcaron, S., & Capella, J. (2010). *Gestión pública del turismo*. Barcelona.
- MINCETUR CUSCO. (2017). *Boletín estadístico 2017*. Cusco.
- Minedu. (15 de Julio de 2015). *Normatividad actual de Educación Superior Tecnológica y la Sociedad Peruana de Gastronomía*. Obtenido de http://www.minedu.gob.pe/files/4855_201211121604.pdf
- Ministerio de economía y finanzas (MEF). (2011). *Guía metodológica para la identificación, formulación y evaluación social proyectos de inversión pública del sector turismo*. Lima.
- Montesinos, A. (5 de julio de 2016). *Centro Empresarial Gastronómico Hotelero*. Obtenido de <https://cegaho.wordpress.com/2016/07/05/productos-gastronomicos-y-turisticos-diseno-gestion-y-venta-en-iberoamerica/>
- Municipalidad Distrital de Lucre. (2018). *Plan de desarrollo turístico local de Lucre*. Cusco.
- OMS. (2019). *Organización Mundial de la Salud*. Obtenido de <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses>
- OMT. (1994).
- OMT. (28 de enero de 2021). *Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>
- Organismo mundial del turismo (OMT). (2008). *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo*.



Organización Mundial del Turismo (OMT). (2018). *Día mundial del turismo*.

Organizacion Mundial del Turismo (OMT). (2019). *Guía para el desarrollo de turismo gastronómico*. Madrid.

Organización Mundial del Turismo (OMT). (28 de Enero de 2021). *2020: el peor año de la historia del turismo, con mil millones menos de llegadas internacionales*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>

Pizzo, M. (2013). *Construyendo una definición de Calidad en el Servicio*. Obtenido de <http://comoservirconexcelencia.com/>

Porporatto, M. (18 de abril de 2015). *quesignificados*. Obtenido de <https://quesignificado.com/gastronomia/>

PROMPERÚ. (2017). *Evaluación de mercado para el análisis del turismo gastronómico en el Perú*. Lima.

Ruiz, C. (2001). *Gestión de la calidad del servicio*. Obtenido de <http://www.5campus.com/lección/calidadserv>

Stanton, J. (2007). *Fundamentos de Marketing*. México: MCGraw Hill.



ANEXOS



ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: “Efectos de la pandemia covid-19 en el producto gastronómico del distrito de Lucre, Cusco-2021”

Problema general	Objetivo general	Variable/dimensiones	Indicadores	Metodología
¿Cuáles con los efectos de la pandemia Covid-19 en el producto gastronómico del distrito de lucre, Cusco-2021?	Determinar los efectos de la pandemia Covid-19 en el producto gastronómico del distrito de lucre, Cusco-2021.	Variable: Producto Gastronómico		Alcance Descriptivo
Problemas Específicos:	Objetivos Específicos:	Dimensiones		
a) ¿Cuáles son los efectos de la pandemia Covid-19 en los atractivos gastronómicos del distrito de Lucre, Cusco – 2021?	a) Identificar los efectos de la pandemia Covid-19 en los atractivos gastronómicos del distrito de Lucre, Cusco – 2021.	Atractivo gastronómico	✓ Recurso gastronómico ✓ Variedad de platos	Diseño No experimental
b) ¿Cuáles son los efectos de la pandemia Covid-19 en la seguridad gastronómica del distrito de Lucre, Cusco – 2021?	b) Identificar los efectos de la pandemia Covid-19 en la seguridad gastronómica del distrito de Lucre, Cusco – 2021.	Seguridad Gastronómica	✓ Sistema HACCP ✓ Protocolo sanitario de operación ante el COVID-19	Población/muestra Rest. 29 / 22
c) ¿Cuáles son los efectos de la pandemia Covid-19 en la calidad de servicios del distrito de Lucre, Cusco – 2021?	c) Identificar los efectos de la pandemia Covid-19 en la calidad de servicios del distrito de Lucre, Cusco – 2021.	Calidad de servicio	✓ Personal calificado ✓ Nivel de satisfacción del cliente	Técnica Cuestionario
d) ¿Cuáles son los efectos de la pandemia Covid-19 en la infraestructura gastronómica del Distrito de Lucre, Cusco – 2021?	d) Identificar los efectos de la pandemia Covid-19 en la infraestructura gastronómica del Distrito de Lucre, Cusco – 2021.	Infraestructura Gastronómica	✓ Edificaciones e instalaciones básicas ✓ Mobiliario y equipamiento	
e) ¿Cuáles son los efectos de la pandemia Covid-19 en la demanda turística del distrito de Lucre, Cusco-2021?	e) Identificar los efectos de la pandemia Covid-19 en la demanda turística del distrito de Lucre, Cusco-2021.	Demanda turística	✓ Nivel de motivación ✓ Gasto del turista	



ANEXO 2: MATRIZ DE INSTRUMENTOS

Título: “EFECTOS DE LA PANDEMIA COVID-19 EN EL PRODUCTO GASTRONÓMICO DEL DISTRITO DE LUCRE, CUSCO-2021”						
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	PESO	N° ÍTEMS	ÍTEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
PRODUCTO GASTRONÓMICO	Atractivo gastronómico	recurso gastronómico	20%	2	1. ¿Considera usted que la pandemia Covid-19 ha afectado al recurso gastronómico del distrito de Lucre, Cusco-2021?	<ul style="list-style-type: none"> - Muy de acuerdo - De acuerdo - Ni de acuerdo, ni en desacuerdo - En desacuerdo - Muy desacuerdo
		Variedad de platos			2. ¿Considera usted que la pandemia Covid-19 ha afectado en la venta de variedad de platos que existía en distrito de Lucre, Cusco-2021?	
	Seguridad gastronómica	Sistema HACCP	20%	2	3. ¿Considera usted que el producto gastronómico del distrito de lucre representado por los restaurantes, piscigranjas y heladería ENTRE OTROS emplean el sistema HACCP (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control) para prever los peligros relacionados con la pandemia Covid-19 durante la manipulación y elaboración de los productos?	
		Protocolo sanitario de operación ante el COVID-19			4. ¿Considera usted que los restaurantes, piscigranjas y heladería emplean el Protocolo sanitario de operación ante el Covid-19 en el distrito de Lucre, Cusco-2021?	
	Calidad de servicio	Personal calificado	20%	2	5. ¿Considera usted que el personal está capacitado y calificado para atender a los consumidores durante la pandemia Covid-19 en distrito de Lucre, Cusco-2021?	
		Nivel de satisfacción del cliente			6. ¿Considera usted que el nivel de satisfacción del cliente es óptimo durante la pandemia Covid-19 en el distrito de Lucre, Cusco-2021?	
	Infraestructura gastronómica	Edificaciones e instalaciones básicas	20%	2	7. ¿Considera usted que la infraestructura para el servicio gastronómico poseen las condiciones básicas y óptimas para recibir al visitantes durante la pandemia Covid-19 en el distrito de Lucre, Cusco-2021?	
		Mobiliario y equipamiento			8. ¿Considera usted que los restaurantes, piscigranjas y heladería cuenta con el mobiliaria y equipamiento adecuado para recibir a los visitantes durante la pandemia Covid-19 en el distrito de Lucre, Cusco-2021?	
	Demanda turística	Nivel de motivación	20%	2	9. ¿Considera usted que los visitantes se encuentran motivados para visitar los restaurantes, piscigranjas y heladería durante la pandemia Covid-19 en el distrito de Lucre, Cusco-2021?	
		Gasto del turista			10. ¿Considera usted que el gasto que realizan los visitantes en los restaurantes, piscigranjas y heladería es significativo durante la pandemia Covid-19 en el distrito de Lucre, Cusco-2021?	
TOTAL			100%	10		



ANEXO 3: INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



Proyecto de Tesis

La siguiente encuesta está dirigida a los dueños de restaurantes, piscigranjas y heladería del distrito de Lucre, el cual servirá para recopilar información necesaria que será utilizada en la ejecución del proyecto de investigación intitulado “EFECTOS DE LA PANDEMIA COVID-19 EN EL PRODUCTO GASTRONÓMICO DEL DISTRITO DE LUCRE, CUSCO-2021”, dicha encuesta será efectuada de manera anónima. Agradecemos de antemano su colaboración

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	En total desacuerdo
5	4	3	2	1



N°	ÍTEMS	Escala de valoración				
		1	2	3	4	5
1	¿Considera usted que la pandemia Covid-19 ha afectado al recurso gastronómico del distrito de Lucre, Cusco-2021?					
2	¿Considera usted que la pandemia Covid-19 ha afectado en la venta de variedad de platos que existía en distrito de Lucre, Cusco-2021?					
3	¿Considera usted que el producto gastronómico del distrito de lucre representado por los restaurantes, piscigranjas y heladería entre otros emplean el sistema HACCP (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control) para prever los peligros relacionados con la pandemia Covid-19 durante la manipulación y elaboración de los productos?					
4	¿Considera usted que los restaurantes, piscigranjas y heladería emplean el Protocolo sanitario de operación ante el Covid-19 en el distrito de Lucre, Cusco-2021?					
5	¿Considera usted que el personal está capacitado y calificado para atender a los consumidores durante la pandemia Covid-19 en distrito de Lucre, Cusco-2021?					
6	¿Considera usted que el nivel de satisfacción del cliente es óptimo durante la pandemia Covid-19 en el distrito de Lucre, Cusco-2021?					
7	¿Considera usted que la infraestructura para el servicio gastronómico poseen las condiciones básicas y óptimas para recibir al visitantes durante la pandemia Covid-19 en el distrito de Lucre, Cusco-2021?					
8	¿Considera usted que los restaurantes, piscigranjas y heladería cuenta con el mobiliaria y equipamiento adecuado para recibir a los visitantes durante la pandemia Covid-19 en el distrito de Lucre, Cusco-2021?					
9	¿Considera usted que los visitantes se encuentran motivados para visitar los restaurantes, piscigranjas y heladería durante la pandemia Covid-19 en el distrito de Lucre, Cusco-2021?					
10	10. ¿Considera usted que el gasto que realizan los visitantes en los restaurantes, piscigranjas y heladería es significativo durante la pandemia Covid-19 en el distrito de Lucre, Cusco-2021?					

***nota:** SISTEMA HACCP: El plan HACCP gestiona la seguridad alimentaria a través de la identificación, análisis y control de los peligros físicos, químicos, biológicos y radiológicos que puedan perjudicar a los alimentos o productos gastronomicos.